

Master Professionnel Sciences Humaines et Sociales
Mention Science sociale : Sociologie, Expertise Sociale
Spécialité : Action publique, action sociale



Étude du réseau de distribution des produits laitiers à base de poudre de lait à Bamako



ATP ICARE



Sous la direction de Christian CORNIAUX (CIRAD / IER)
Et François VATIN (Université Paris X)

Remerciements :

Je tiens à remercier les personnes sans lesquelles ce stage n'aurait pas eu lieu. En prenant un critère chronologique, je remercie tout d'abord François Vatin qui, après m'avoir fait confiance et m'avoir permis de découvrir Bamako, m'a été d'une aide précieuse par ses orientations de lectures et ses remarques constructives qui ont fait avancer dans le bon sens ce document.

Mais ce stage n'aurait pas eu lieu sans Christian Corniaux, mon second maître de stage. Sa passion pour la filière laitière et ses encouragements m'ont accompagné durant mes trois mois de terrain et les deux mois de rédaction ; je l'en remercie.

Je remercie aussi l'IER (Institut d'Economie Rurale) de Bamako ainsi que le CIRAD (Centre de coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement) qui m'ont donné les moyens financiers et logistiques d'accomplir ce stage.

Je dois aussi remercier Mohamed Dicko, mon interprète pendant deux semaines, sans qui ce mémoire n'aurait pas eu autant de contenu.

Mes remerciements vont, pour finir, à mes parents qui m'ont, tous deux, offert généreusement un peu de leur temps pour la relecture de ce mémoire.

Sommaire

Introduction	8
I Le contexte de l'étude	9
A Bamako dans le contexte malien	9
1 Le contexte malien	9
2 Le contexte de Bamako et quelques conséquences	12
B Sujet du stage et appui théorique	15
1 L'objectif du stage	15
a Contextualisation de l'objet du stage : La distribution des produits laitiers à base de poudre de lait	15
b Problématique du stage	16
2 Pourquoi la sociologie économique ?	17
a Les apports de la sociologie économique classique	17
b L'appui de la nouvelle sociologie économique	19
c Sociologie de la connaissance économique	20
3 La démarche sur le terrain	22
a Collecte de données quantitatives	23
b Entretiens avec les différents acteurs en contact avec la poudre de lait importée	23
C Conditions de production de l'étude	25
1 Impacts d'un environnement économique concurrentiel	25
a Interaction interviewer/interviewé fonction de la perception de la concurrence	25
b Difficultés de collecte de données quantitatives au niveau des importateurs et des transformateurs	27
2 Un appui sur les données officielles difficile	27
a Des chiffres d'importations contestables	28
3 Des conditions d'entretiens variables	29
a Une difficulté vis-à-vis de la langue différenciée	29

II Les importations de poudre de lait au Mali dans un contexte mondial en mutation _____ 31

A	Imbrication du marché malien dans le marché mondial du lait _____	31
a	Technique de pulvérisation et géographie du marché du lait _____	31
b	Mondialisation de la poudre de lait _____	31
B	Dynamisme actuel du marché mondial du lait _____	33
1	Le marché mondial du lait et de la poudre de lait _____	33
a	Données globales _____	33
b	Evolution de la production de la poudre de lait _____	34
c	Les principaux acteurs de l'exportation _____	35
2	Une demande en croissance et en mutation _____	36
a	Evolution de la demande de poudre de lait entier des pays émergents _____	37
b	Une réorientation de la production dans les pays occidentaux : l'exemple de la France _____	38
3	Tension sur le marché des produits laitiers et évolution du prix de la poudre de lait _____	39
C	Le Mali : chiffres, cadre institutionnel et produits étudiés _____	40
1	Cadre institutionnel des importations : « les règles du jeu » _____	41
a	Fonctionnement des importations _____	41
b	Le travail de l'inspecteur _____	42
c	Le rôle du Centre de Relation avec les Exportateurs (CRE) _____	42
d	Impôts et taxes sur les différents produits _____	43
2	Les chiffres disponibles _____	45
a	Retour sur les chiffres _____	45
b	Des raisons d'un marché malien en tension _____	47
3	Les produits étudiés _____	49
a	Les poudres de lait regular _____	50
b	Les poudres de lait instantanées _____	51
c	Les produits transformés _____	54

III Acteurs et dynamique du réseau de produits laitiers à base de poudre de lait à Bamako _____ **56**

A	Présentation du réseau et des acteurs	56
1	Figure 5 : Schéma de distribution des produits laitiers à base de poudre de lait à Bamako	57
2	Explicitation des acteurs en présence	58
a	Une classification par le circuit de vente et par le « moment » du produit	58
b	Deux principales filières de distribution en fonction du type de produit	60
i	Le circuit principal de vente de poudre de lait <i>instantanée</i>	60
ii	Le circuit principal de vente des produits frais	61
c	Carte 3 : Situation géographique des principaux acteurs de la poudre de lait à Bamako en 2007	62
d	Les acteurs au niveau des importations	62
i	Les importateurs de poudre de lait <i>regular</i>	63
ii	Les importateurs de poudre de lait instantanée importée conditionnée	63
iii	Les importateurs de poudre de lait instantanée conditionnée en « vrac »	63
e	Les acteurs au niveau de la transformation et du conditionnement industriels	64
i	Les transformateurs de produits frais à distribution directe	64
ii	Les transformateurs de produits frais à dépositaires décentralisés	65
iii	Usine de conditionnement de poudre	66
f	Les acteurs au premier niveau de distribution	66
i	Dépositaires de produits frais décentralisés	66
ii	Demi-grossistes de produits frais	68
iii	Les grossistes de Dabanani	68
iv	Détaillants semi-grossistes	69
g	Au second niveau de transformation	69
i	Les conditionneurs artisanaux	70
ii	Les femmes transformatrices artisanales	70
h	Au second niveau de distribution	70
i	Les femmes transformatrices artisanales	70

ii	Supérettes, supermarchés et autres « vitrines »	71
iii	Les boutiquiers	71
iv	Les étalagistes	72
3	Une définition des acteurs par eux-mêmes	72
a	Reconnaissance de l'autre par les prix et les quantités	72
b	Respect du métier de chaque acteur	73
B	Forme des liens et emprise dans le réseau	76
1	Un crédit omniprésent	77
a	Voyage des marchandises et des liquidités	77
b	Jugement sur le crédit	78
c	Le poids de la confiance	79
2	L'importance du clientélisme	81
3	Retour sur les réactions face aux opportunistes	82
C	Des acteurs aux logiques diverses	83
1	Une mentalité économique fonction de la place dans la filière	84
a	Le calcul des marges	84
b	La réussite du commerce chez les boutiquiers	87
	Conclusion	89
	Bibliographie	93
	Annexes	95
A	Les produits étudiés et les prix disponibles	95
B	Classification des produits laitiers selon l'UEMOA	96
C	Décret du gouvernement supprimant la TVA	99

Liste des cartes et des tableaux

Les cartes :

Carte 1 : Le Mali

Carte 2 : Bamako : division politico-administrative de Bamako en 1998

Carte 3 : Situation géographique des principaux acteurs de la poudre de lait à Bamako en 2007

Les tableaux :

Tableau 1 : La production mondiale de lait entier en poudre

Tableau 2 : Les exportations de poudre de lait entier par pays

Tableau 3 : La consommation de poudre de lait entier par pays

Les figures :

Figure 1 : L'évolution de la consommation humaine par habitant pour les principaux produits laitiers en France

Figure 2 : L'évolution des cours mondiaux (prix FOB Europe de l'Ouest) en €/tonne à fin mai 2007

Figure 3: L'évolution en pourcentage de chaque produit dans les importations de produits laitiers

Figure 4 : Les poudres autre que pour usage pharmaceutique en fonction de la teneur en matière grasse

Figure 5 : Schéma de distribution des produits laitiers à base de poudre de lait

Introduction

Il peut paraître paradoxal de s'intéresser à la poudre de lait importée dans un pays qui dispose de l'un des plus importants cheptels de l'Afrique de l'Ouest et d'une forte culture d'élevage. C'est en raison de l'insistance portée sur l'élevage au Mali que les importations de produits laitiers n'ont pas fait l'objet d'études spécifiques. Lorsque que les produits laitiers importés entrent dans les discours, c'est généralement pour souligner leur influence sur le développement de la filière locale. L'étude que nous proposons prend le contre-pied de ce point de vue normatif sur les importations de produits laitiers. Au vu du manque d'informations disponibles sur les circuits de commercialisation de ces produits importés, il faut considérer cette étude comme exploratoire.

Nous avons abordé notre objet d'un point de vue sociologique, en ayant pour objectif de suivre le cheminement de la poudre de lait, de son arrivée sur le territoire malien jusqu'à sa consommation finale. Mais cette étude entreprise à Bamako s'insère dans un contexte économique mondial marqué par une forte augmentation du prix de la poudre de lait comme celui d'autres produits agro-alimentaires. Analyser l'impact de ces variations internationales sur les relations commerciales locales est devenu, au fil du stage, l'un des objectifs de notre étude.

Pour rendre compréhensible le circuit de distribution des produits laitiers à base de poudre de lait et la forme des échanges marchands dans laquelle cette distribution s'inscrit, nous procéderons en trois temps. Dans notre première partie, nous présenterons le contexte du marché de la poudre de lait à Bamako, notre cadre théorique ainsi que les conditions de déroulement de l'étude. Nous exposerons dans notre deuxième partie la situation du marché mondial de la poudre de lait et son impact sur l'économie laitière malienne. La troisième partie de ce mémoire correspond au « cœur » de notre travail. Nous y décrirons les acteurs du réseau de distribution des produits laitiers à base de poudre de lait et les formes de relations marchandes qu'ils nouent entre eux.

I Le contexte de l'étude

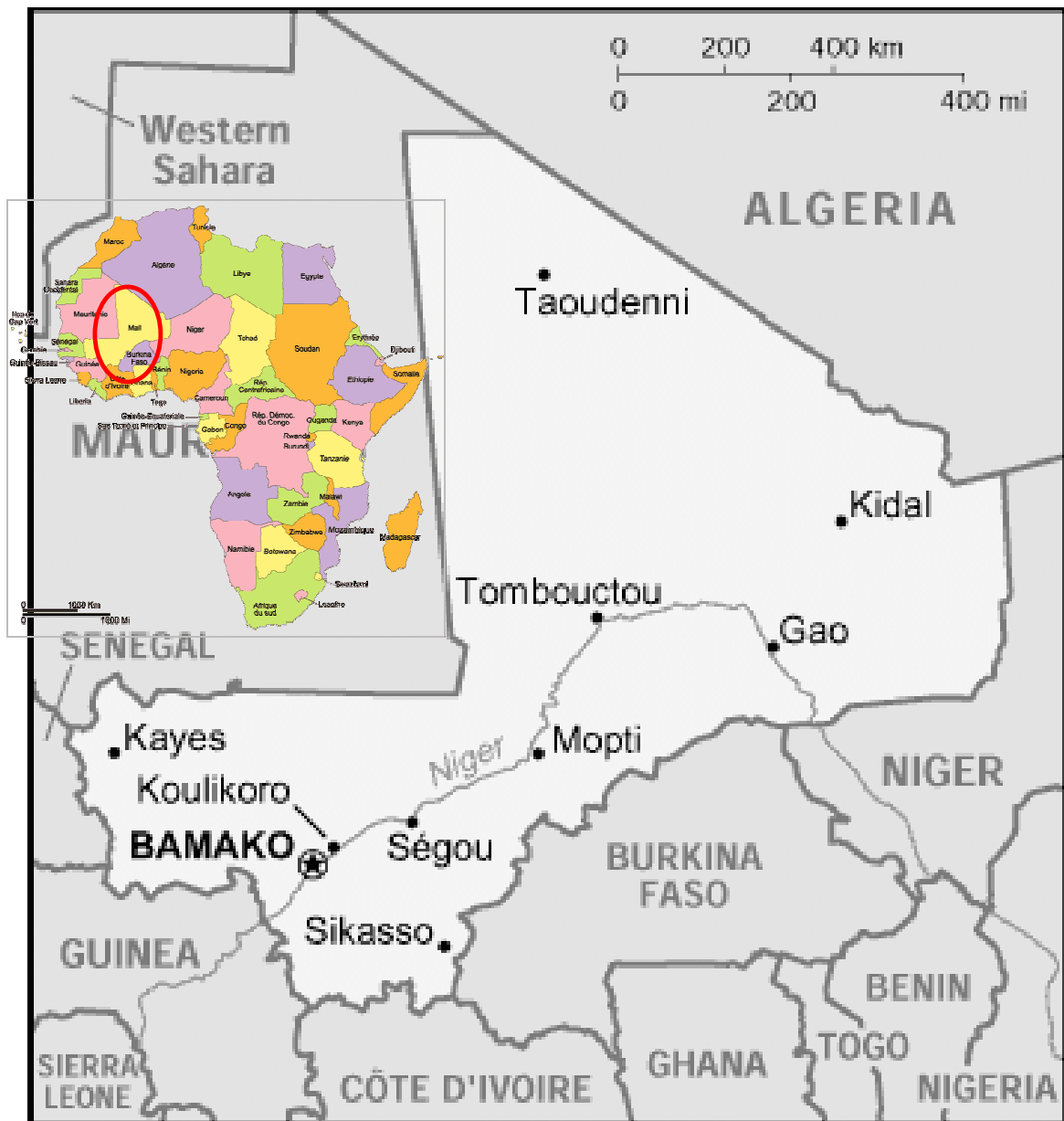
L'intérêt donné à la poudre de lait peut paraître étrange au lecteur. Pourquoi donc s'intéresser au marché des produits laitiers et spécifiquement à celui des produits laitiers à base de poudre de lait ? Pourquoi travailler sur le contexte malien et plus particulièrement sur celui de sa capitale, Bamako ? Le premier objectif de ce chapitre sera de répondre à ces questions, donc de montrer l'intérêt de cette étude. Il nous faudra dans un deuxième temps présenter l'intérêt d'une approche de cet objet par la sociologie économique.

A *Bamako dans le contexte malien*

1 Le contexte malien

Situé en Afrique de l'Ouest, le Mali est un pays de près de 15 millions d'habitants couvrant une superficie de 1 241 138 Km², soit presque deux fois celle de la France. C'est un pays continental, enclavé, qui possède des frontières communes avec l'Algérie, le Niger, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, la Guinée, le Sénégal et la Mauritanie. Sa population est à 70 % rurale.

Carte 1 : Le Mali



Le Mali est couvert à près de 65 % par des terres désertiques ou semi-désertiques. L'activité économique est surtout développée autour du fleuve Niger. 80 % de la population travaille dans le secteur primaire (agriculture, pêche et mines) qui représentait en 2001 48 % du PIB (Produit Intérieur Brut) du pays¹. L'indice de développement humain positionne le Mali au 175^{ème} rang sur 177 pays. Le PIB par habitant malien est évalué à 281,2 euros en 2001.

Au niveau sous-régionale, notons que le Mali appartient, depuis sa création en 1994, à l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine. L'Union a pour mission « la réalisation de

¹ <http://www.dnsi.gov.ml/>

l'intégration économique des États membres, à travers le renforcement de la compétitivité des activités économiques dans le cadre d'un marché ouvert et concurrentiel et d'un environnement juridique rationalisé et harmonisé. »² A ce titre, elle a pour objectif l'Union Douanière des pays de la zones par la mise en place d'un Tarif Extérieur Commun (TEC). Le TEC est effectif depuis le 1^{er} janvier 2000³.

Au niveau climatique, le Mali est subdivisé en trois zones. Du nord au sud⁴ :

La zone saharienne est une zone où l'eau est le facteur limitant. La pluviométrie y est faible et les températures importantes. Cette zone couvre les 2/3 du pays.

La zone sahélienne est une zone aride. Elle est caractérisée par une longue saison sèche qui dure de 9 à 11 mois. L'activité principale de cet espace est l'agriculture associée à un élevage de type nomade et transhumant. L'agriculture reste surtout développé dans la vallée du Niger (riz, coton, arachide, mil, sorgho).

La zone soudanaise est marquée par une pluviométrie plus importante permettant des activités agricoles plus intenses. Les températures y sont comprises entre 24 et 32 °C. La végétation est composé de savane au nord laissant place aux forêts lorsque l'on se rapproche de la Côte d'Ivoire et de la Guinée.

Pour ce qui est du secteur spécifique de l'élevage, le Mali dispose de l'un des plus importants cheptels de l'Afrique de l'Ouest qui est estimé à 7 millions de bovins et 19 millions de petits ruminants. L'élevage contribue à hauteur de 16,8 % du PIB. C'est le troisième secteur d'importance après le coton et l'or. Si l'on considère le sous-secteur de la production laitière, « la valeur monétaire de la production nationale de lait consommé est estimée à près de 11 milliards de Fcfa si l'on admet que 62 % de la production font l'objet de transaction, 32 % étant autoconsommés et 6 % utilisés sous d'autres formes d'échanges. Il apparaît que les éleveurs tirent de la vente du lait au moins 6,8 milliards de Fcfa. »⁵

² http://fr.wikipedia.org/wiki/Union_%C3%A9conomique_et_mon%C3%A9taire_ouest-africaine. Voir aussi <http://www.uemoa.int/uemoa/historique.htm>.

³ <http://www.uemoa.int/uemoa/historique.htm>. Voir aussi Annexe.

⁴ D'après : <http://www.fao.org/ag/agp/agpc/doc/counprof/mali/malifr.htm#3.%20Le%20Climat%20et%20Oles%20Zones%20Agroecologiques> et <http://fr.wikipedia.org/wiki/Mali>.

⁵ BONFOH B. et al., *Synthèse bibliographique sur les filières laitières au Mali*, REPOL, Document de travail n°2, 2005.

2 Le contexte de Bamako et quelques conséquences

Le district de Bamako s'étend sur 22 Km d'est en ouest et sur 12 km du nord au sud, pour une superficie totale de 267 Km². La ville est coupée en deux selon une ligne est-ouest par le fleuve Niger (carte 2)⁶. Si la ville de Bamako était située à l'origine sur la rive nord du fleuve Niger, la construction du pont des martyrs en 1960 a permis son expansion sur l'autre rive.

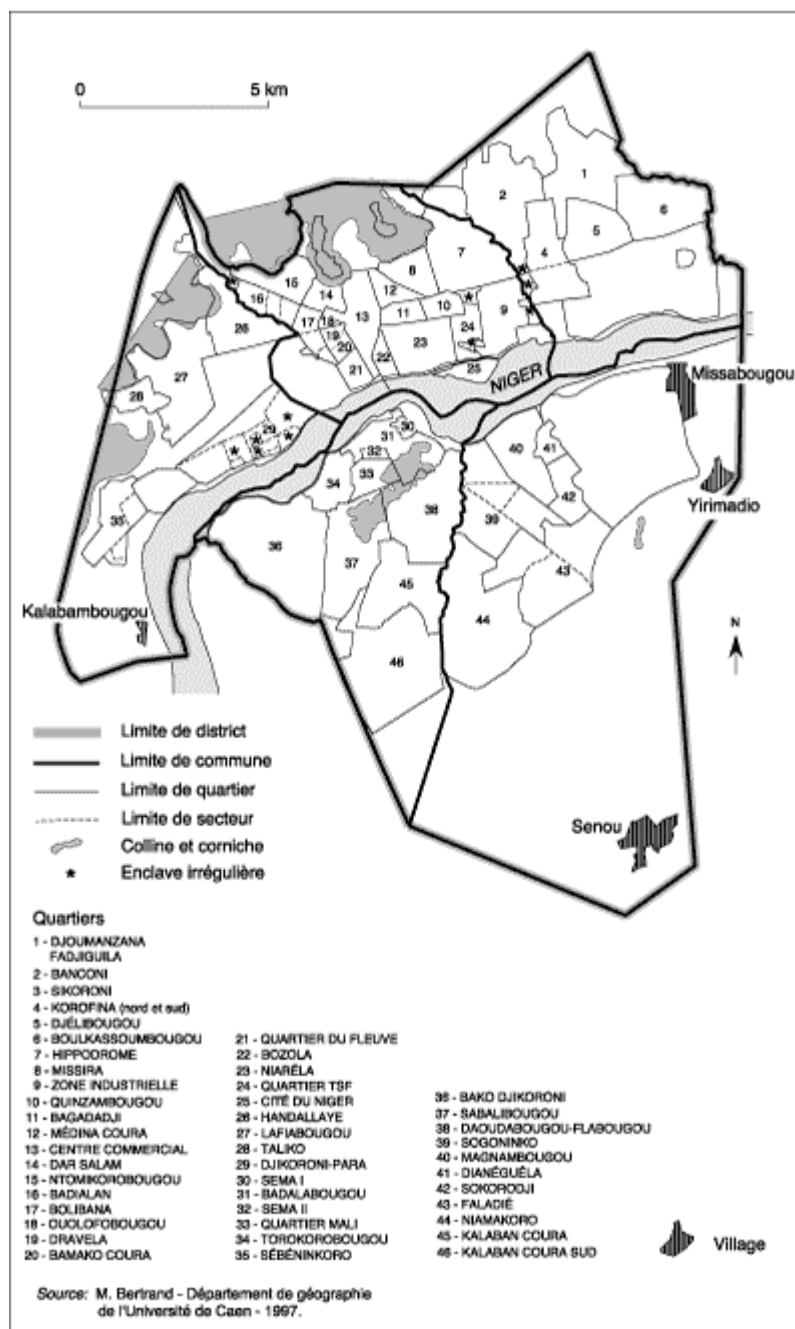
La situation de Bamako est fortement marquée par les évolutions démographiques de sa population. Le dernier recensement officiel effectué en 1998 estime la population de la capitale malienne à 1 016 000 habitants. En dépit de statistiques sujettes à caution, elle serait comprise aujourd'hui entre 1,2 et 2 millions d'habitants. Pourtant, jusqu'en 1958, la croissance de la population reste modeste. Bamako compte à cette époque 76 000 habitants. Après l'indépendance du pays en 1960, la démographie de Bamako est marquée par un fort exode rural et le retour de maliens exilés au Sénégal. La population de Bamako augmente en conséquence de 53 000 habitants en deux ans et demi. Après une période de faible croissance démographique (1966-1976), durant laquelle la croissance annuelle moyenne est de 4,7 %⁷, la population bamakoise retrouve des taux de croissance de 10 %/an avant de ralentir dans les années 1980.

⁶ <http://mairiebamako.africa-web.org/geo.htm>

⁷ PICHE et al., *Trois générations de citoyens au Sahel : trente ans d'histoire sociale à Dakar et à Bamako*, l'Harmattan, 1998.

Carte 2 : division politico-administrative de Bamako en 1998

Bamako: division politico-administrative (1998)



C. Fouesliou et LCA - M. Danard

L'évolution démographique et la géographie de ce grand centre de consommation de produits laitiers, ne sont pas sans incidences sur l'approvisionnement de la capitale malienne en produits laitiers locaux. Tout d'abord, « la demande évolue en volume et en qualité, ce qui crée des tensions au niveau des approvisionnements alimentaires des villes »⁸. De plus,

⁸ GRET/FAO, *L'approvisionnement des villes africaines en lait et produits laitiers*, n°124, 1995, p.13.

« l'urbanisation de la ville de Bamako a considérablement diminué les espaces réservés dans le temps aux activités agro-pastorales. La conséquence en est l'augmentation de la distance entre les zones de production et les zones de consommation distantes parfois de 100 Km. L'accès au marché des produits laitiers nécessite donc des intermédiaires qui soient prêts à parcourir ces distances.»⁹ Ce problème d'éloignement géographique est à mettre en lien avec le caractère fortement périssable du lait. Son transport et son stockage demandent une attention toute particulière et donc des infrastructures adaptées à la distance entre lieu de production et lieu de consommation. C'est ce que soulignent les auteurs de la *Synthèse bibliographique sur les filières laitières au Mali*¹⁰ : « le secteur de l'élevage fait face à d'importantes contraintes, notamment au niveau des infrastructures, qui le rendent peu performant et lui interdisent d'intensifier sa production mais aussi d'organiser son exploitation, sa commercialisation, et de favoriser ses produits ». Les freins à l'approvisionnement des capitales d'Afrique de l'Ouest sont aussi soulignés par l'étude sur *l'approvisionnement des villes africaines en lait et produits laitiers* : « Tout reste donc à construire en ce domaine (l'approvisionnement des villes en produits laitiers locaux), et les contraintes constituant un frein pour un approvisionnement normal des centres urbains restent nombreuses : organisation et coût de la collecte, conditionnement, définition de normes acceptables de qualité, etc. »

Il faut dès maintenant mettre l'accent sur cette caractéristique de la commercialisation des produits laitiers locaux qui se distinguent par là de la poudre de lait importé, sujet de notre étude. Si la qualité de la poudre de lait peut évoluer en fonction de sa durée de stockage, elle ne demande en aucun cas des conditions de réfrigération spécifiques. La poudre de lait présente donc des qualités physiques lui permettant de s'adapter beaucoup plus facilement aux évolutions géographiques et démographiques de Bamako. Il faut ajouter de plus que l'accessibilité du produit « poudre de lait » a aussi des résonances dans les modes de consommation des bamakois. Par exemple, la diversité des conditionnements disponibles pour la poudre de lait permet à ce produit d'être quasiment toujours accessible aux consommateurs. Si les consommateurs manquent de liquidité, ils continueront pour certains à consommer de la

⁹ GRET/FAO, *op. cit.*, p.30.

¹⁰ REPOL, *Synthèse bibliographique sur les filières laitières au Mali*, REPOL, document de travail n°2, p.51.

poudre de lait mais en quantité moindre puisqu'il est toujours possible de trouver un conditionnement à la portée de sa bourse¹¹.

B Sujet du stage et appui théorique

Notre étude s'inscrit dans le cadre d'une recherche s'intéressant à l'ensemble de la filière laitière au Mali et dans l'ensemble de l'Afrique de l'Ouest¹². Nous voulons, dans cette sous partie, cadrer notre sujet, à la fois au niveau empirique (le terrain, les acteurs dont il sera question par la suite) mais aussi au niveau théorique, en montrant l'intérêt et le type d'éléments recherchés lorsque nous envisageons une approche de ce marché par la sociologie économique.

1 L'objectif du stage

a Contextualisation de l'objet du stage : La distribution des produits laitiers à base de poudre de lait

Le Mali est inséré dans ce que nous présenterons plus loin comme le marché mondial du lait¹³. Selon les estimations, la consommation malienne de produits laitiers serait couverte pour moitié par la production locale, pour l'autre par des produits laitiers importés¹⁴. Comme nous l'avons vu, la situation de la capitale, de part sa taille et sa croissance démographique, ne

¹¹ Il faudrait ici, comme sur beaucoup d'autres points, l'appui d'une étude sur la consommation de produits laitiers. Rien ne nous indique que les consommateurs de poudre de lait achètent l'ensemble des conditionnements disponibles sur le marché. Certains conditionnements semblent avoir leur public cible comme les sachets de 6,5 g consommés principalement par les enfants. Une étude sur la consommation devrait à notre avis prendre en compte le rapport au conditionnement des consommateurs. Ce rapport pourrait par exemple expliquer certaines évolutions de la consommation en période de variation des prix. Est-ce que ces petits conditionnements subissent la même variation que les autres conditionnements en période d'augmentation des prix ? On peut, par exemple, faire l'hypothèse que ces conditionnements sont moins « touchés » par l'augmentation des prix car leur consommation est prioritaire au sein des ménages, dans l'hypothèse où ce sont bien les enfants qui consomment ces produits. Par ailleurs, les choix de consommation des ménages pourraient se retrouver aussi en confrontation avec la logique de commercialisation des industriels du secteur. En effet, certains de ces industriels préféreraient peut-être rester présents sur le marché des sachets de 500 g en période de difficulté d'approvisionnement en matière première. Ce fut le cas de l'un de nos interlocuteurs.

¹² Voir à ce sujet le site : www.repol.info.

¹³ Pour une rapide histoire de l'émergence de ce marché, voir II/ 1).

¹⁴ Voir partie II.

favorise pas la couverture de la consommation bamakoise en produits laitiers par la production locale. Les chiffres, même s'ils sont critiquables, sont là pour appuyer cet état de fait. D'après les estimations, le niveau de consommation de lait de la capitale se situerait entre 100 000 et 150 000 litres par jour dont seulement 4 000 à 7 000 litres proviendraient de la production locale¹⁵. La consommation de produits laitiers à Bamako serait donc dépendante des importations à plus de 93 %. Selon les données officielles¹⁶, la poudre de lait représenterait, en valeur, 90 % des importations de produits laitiers. Pour avoir une vision globale de la filière laitière au Mali, il paraissait donc indispensable de s'intéresser à cette filière des produits laitiers importés et plus spécifiquement aux importations de la poudre de lait.

Notre étude s'est déroulée pendant une période de forte variation des prix mondiaux de l'ensemble des produits laitiers¹⁷ ce qui lui donne un intérêt tout particulier lorsque l'on tente d'approcher le sujet par la sociologie économique. Comment les acteurs réagissent-ils à ces variations ? Comment expliquent-ils ces variations ? Les explications individuelles ont-elles des répercussions sur la confiance entre acheteurs et vendeurs ? Quelle est la part de la variation des prix mondiaux répercutée sur le prix au consommateur ? Pourquoi ? Ces variations de prix ont-elles bouleversé l'organisation de la distribution des produits étudiés ? Et si oui, à quel niveau ? Les évolutions du marché mondial de la poudre de lait ont rendu difficile l'évaluation quantitative du marché bamakois de la poudre de lait. Néanmoins, ces évolutions avaient un intérêt certains : faire ressortir la structure de la distribution et les liens entre les acteurs dans une période où ces derniers se retrouvent en situation de tensions (économique, sociale ou psychologique).

b Problématique du stage

Si la filière laitière a été particulièrement étudiée du point de vue de la production de lait locale, très peu de données et d'études étaient à notre disposition sur les produits laitiers importés. La construction d'un schéma de la distribution de ces produits avait déjà été entreprise¹⁸ en 1995. Mais ce schéma a une vocation trop générale pour être exhaustif et pour

¹⁵ CORNIAUX et al., à paraître.

¹⁶ Données recueillies à la DNCC et à la douane.

¹⁷ Nous expliciterons ces variations dans le chapitre suivant.

¹⁸ Metzger R., Centres J. M., Thomas L. et Lambert J. C. (1995). *L'approvisionnement des villes africaines en lait et produits laitiers*. Etude FAO Productions et santé animale, n° 124, p.77.

permettre ensuite une analyse fine des échanges marchands entre la myriade d'acteurs en jeu autour de ce produit¹⁹.

Notre premier travail a donc été de comprendre le circuit de distribution des produits étudiés et les acteurs qui le composent. Nous devions donc savoir quels étaient les acteurs en présence dans ce réseau et quelles places ils y occupaient.

Cette première interrogation levée, il nous fallait répondre à une seconde : comment se règlent les échanges commerciaux autour des produits laitiers à base de poudre de lait ? C'est cette question qui a demandé plus particulièrement l'appui de la sociologie économique qui nous a donné certaines clés pour ouvrir la « boîte noire » de ce marché. D'autres questions découlaient de cette seconde interrogation : Quels sont les liens entre les acteurs de cette filière qui permettent à cette filière de fonctionner ? Quels impacts ces liens ont-ils sur la fixation des prix ? Comment ces prix se fixent-ils à chaque étape de la distribution des produits laitiers étudiés ? Comment des échangent commerciaux, fonctionnant principalement par paiements différés, peuvent-ils exister dans un environnement institutionnel dans lequel les acteurs n'utilisent pas la justice commerciale d'Etat pour sécuriser ces échanges à crédit ? Cet ensemble de questions correspondait à la problématique de ce stage. Nous pouvons la résumer ainsi : **comment se règlent et comment se structurent les échanges commerciaux autour du produit « poudre de lait » à Bamako ?**

L'approche de notre objet par la sociologie économique demande maintenant quelques éclaircissements qui permettront au lecteur de se familiariser avec cette grille d'analyse des faits économiques.

2 Pourquoi la sociologie économique ?

a *Les apports de la sociologie économique classique*

La sociologie économique se donne comme objectif d'étudier les « faits économiques en les considérant comme des faits sociaux »²⁰. Cette discipline s'inscrit en décalage avec la théorie économique dominante qui, pour les fondateurs de la sociologie économique, a tendance à rétrécir les critères d'analyse de l'activité économique, en réduisant le comportement humain à la simple figure d'*homo æconomicus*. Dans cette optique, l'Homme est uniquement motivé par un principe de maximisation de l'intérêt personnel. Il se donne

¹⁹ METGZER et al., *op. cit.* p.77.

²⁰ STEINER P., *La sociologie économique*, La découverte, collection Repères, 2005.

comme simple fin d'améliorer au maximum son sort tout en produisant le moins d'effort possible. Cette vision de l'agir humain est l'un des deux points de convergence des critiques de la théorie économique par les fondateurs de la sociologie économique selon l'analyse de Steiner et Gislain²¹. Si tous les auteurs étudiés par ces deux sociologues ne réfutent pas l'usage possible de l'*homo oeconomicus* comme hypothèse de travail, ils s'accordent tous sur le fait qu'analyser les comportements économiques des être humains sous cette seule hypothèse ne permet pas d'avoir une vision claire et complète de l'activité économique. Cette forme de critique de l'économie pure par la sociologie économique, emprunte deux voix pour rendre d'avantage compréhensible les faits économiques. Les sociologues de la fin du XIX^{ème} et du début du XX^{ème} siècle se sont attelés à montrer que l'Homme est mu par une pluralité de raisons d'agir - le respect de certaines normes et de certaines valeurs peuvent être des raisons qui orientent le comportement économique autant que la maximisation de son bien-être - qu'il faut prendre en compte pour comprendre l'ensemble des comportements économiques possibles. Si les raisons d'agir sont multiples, il faut souligner la distinction entre deux types d'origine d'une action sociale. Premièrement l'Homme peut agir suivant des motifs conscients - ou significatifs - que l'on peut ranger selon la classification de l'activité sociale donnée par Weber : « Comme toute activité, l'activité sociale peut être déterminée : a/ de façon *rationnelle en finalité*, par des expectations du comportement des objets du monde extérieur ou de celui d'autres hommes, en exploitant ces expectations comme « conditions » ou comme moyens » pour parvenir rationnellement aux *finalités* propres, mûrement réfléchies, qu'on veut atteindre ; b/ de façon *rationnelle en valeur*, par la croyance en la valeur *intrinsèque* inconditionnelle – d'ordre éthique, esthétique, religieux ou autre – d'un comportement déterminé qui vaut pour lui-même et indépendamment de son résultat ; c/ de façon *affectuelle*, et particulièrement *émotionnelle*, par des passions et des sentiments ; d/ de façon *traditionnelle*, par coutume invétérée. »²² Si les actions rationnelles en finalité et en valeur montrent un côté significativement orienté - selon la terminologie de Weber - assez claire, ce n'est pas toujours le cas des deux autres types d'action sociale comme le souligne de suite l'auteur dans son texte. C'est ici qu'il nous faut introduire ce que nous pourrions appeler les actions à motifs inconscients. Nous nous appuyons de nouveau sur le livre de Steiner et Gislain dans lequel ils citent Durkheim et Pareto : « ce qui nous dirige, ce ne sont pas les quelques idées qui occupent présentement notre attention ; ce sont tous les résidus laissés par

²¹ STEINER P., GISLAIN J.-J., *La sociologie économique 1890-1920*, PUF, 1995.

²² WEBER M., *Economie et société*, tome 1, Pocket, 1995, p.55.

notre vie antérieure ; ce sont les habitudes contractées, les préjugés, les tendances qui nous meuvent sans que nous nous rendions compte, c'est, en un mot, tout ce qui constitue notre caractère moral ». Ou selon les mots de Pareto : « Fort souvent les hommes n'ont pas conscience des forces qui les poussent à agir, ils donnent à leurs actions des causes imaginaires forts différentes des causes réelles »²³

Mais n'oublions pas que les faits économiques sont des faits sociaux et que comme tels, ils ont une histoire qu'il est bon de retracer. Pour cela, la notion d'institution sera pour nous très importante pour définir les règles du jeu des échanges marchands autour de notre objet d'étude, la poudre de lait. Inspiré par une suggestion de Mauss et Fauconnet, Durkheim définit l'institution comme « toutes les croyances et tous les modes de conduite institués par la collectivité ; la sociologie peut alors être définie : la science des institutions, de leur genèse et de leur fonctionnement »²⁴. A côté des différentes raisons d'agir de l'homme, nous devons faire ressortir les institutions qui permettent aux relations marchandes de fonctionner.

b L'appui de la nouvelle sociologie économique

Notre étude prendra aussi le pas de la sociologie économique du marché qui s'inscrit dans ce que Granovetter a défini comme la « nouvelle sociologie économique ». Pour l'auteur, la nouvelle sociologie économique repose sur « deux propositions sociologiques fondamentales : premièrement, l'action est toujours socialement située et ne peut pas être expliquée en faisant seulement référence aux motifs individuels ; deuxièmement, les institutions sociales ne jaillissent pas automatiquement en prenant une forme incontournable, mais sont « construites socialement » »²⁵. Cette définition suppose de ne pas appréhender le marché comme la simple rencontre d'une offre et d'une demande entre des individus isolés. La sociologie économique a quelque chose à apporter à la compréhension du fonctionnement des marchés dès lors que l'on abandonne les hypothèses de la théorie économique orthodoxe que sont l'atomicité des agents et l'information parfaite. La sociologie économique doit donc rendre compréhensible le fonctionnement des marchés – dans notre cas ceux des produits laitiers à base de poudre de lait –, c'est à dire la coordination entre des acteurs achetant et

²³ DURKHEIM, E., *Sociologie et philosophie*, Paris, PUF, 1963, et PARETO V., *Les systèmes socialistes*, *Œuvres complètes*, t.5, Droz, 1965, cités dans STEINER, GISLAIN, *op. cit.* p.178-179.

²⁴ Durkheim E., *Les règles de la méthode sociologique*, 2^e ed.(1901), Paris, PUF, 1973, cité dans STEINER, GISLAIN, *op. cit.*

²⁵ GRANOVETTER M., *The Old and the New Economic Sociology*, in, R.FRIEDLAND et A.F.ROBERTSON (ed.), *Beyond the Marketplace*, Aldine de Gruyter, 1990, cité dans STEINER P. *op. cit.* p.26.

vendant leurs produits. Il nous faudra donc mettre à jour les institutions sociales qui permettent aux échanges marchands de se réaliser. L'un des apports de la sociologie économique des marchés est donc « de décrire d'une manière empiriquement solide les dispositifs et les comportements sociaux à l'œuvre dans cette forme de coordination qu'est le marché. Dans ce cas de figure, l'approche repose sur *l'étude de la transaction marchande*, c'est à dire une description fine des interactions entre les différentes parties prenantes du marché.²⁶ Comme le fait justement remarquer Florence Weber, remplacer la notion de marché – finalement opaque à la seule lumière de la théorie économique – par celle de « transaction marchande » « permet d'analyser des chaînes d'intermédiation commerciale comme des séquences de transaction, et de s'interroger non plus sur le marché comme construction théorique mais sur le commerce comme ensemble de transactions observables. »²⁷ Cette analyse des intermédiations commerciales prônée par la sociologue correspond à la méthode d'approche de notre objet. Notre démarche a bien été de suivre cette poudre de lait importée des importateurs aux consommateurs en essayant de comprendre les « intermédiations commerciales » entre les acteurs liés par ce produit. Mais ces intermédiations ne sont pas toujours isolables du reste du tissu relationnel. Pour citer de nouveau Florence Weber, « les transactions marchandes (...) s'insèrent dans un tissu très serré de relations interpersonnelles qui fondent, en particulier, la confiance nécessaire au commerce. »²⁸ L'étude de ces interactions fait ressortir les institutions sociales, les conventions et les routines qui rendent possibles ces échanges. Dans notre cas, la première institution remarquée fut l'usage du crédit dans les échanges marchands. Nous verrons que sur le marché de Bamako, l'usage du crédit dans les échanges s'appuie sur une forte confiance entre acheteurs et vendeurs.

c Sociologie de la connaissance économique

Notre travail prendra aussi appui sur la sociologie de la connaissance économique. Cette dernière nous invite à nous intéresser aux connaissances économiques des acteurs et les répercussions que ces connaissances auront sur leur rapport au monde et leur comportements économiques. Ces savoirs économiques participent à la mise en forme du monde de chaque acteur. Cette dimension de la sociologie économique sera à mettre en relation avec les différentes formes de la rationalité. Chaque action économique s'inscrit dans des habitudes

²⁶ STEINER P., *op. cit.*, p.35

²⁷ WEBER F., *Le marché de la terre : de l'anthropologie à l'ethnographie*, <http://lamop.univ-paris1.fr/W3/Treilles/weber.html>

²⁸ WEBER F., *op. cit.*

mentales, des traditions qui entraînent des comportements plus ou moins conscients. Nous chercherons donc à comprendre : dans quel but l'acteur agit-il en ce sens et à partir de quelle représentation de l'économie ? Sur quelle base analyse-t-il sa possible réussite économique ? Essaie-t-il d'optimiser la réussite de son commerce et, dans ce cas, quelles sont ses techniques d'optimisation ?²⁹. Nous pouvons englober ces questions dans une seule : quelles sont les *mentalités économiques* des différents acteurs rencontrés ? Nous utiliserons *mentalités économiques* dans le sens définit par Steiner et Gislain³⁰ : « Par mentalités économiques, on entendra donc la façon dont les acteurs économiques, ou bien certains d'entre eux, ont une manière caractérisée d'appréhender le monde économique et de se comporter dans ce domaine de l'activité sociale. Avec les mentalités économiques, l'accent sera mis sur trois points. Premièrement, les mentalités économiques sont un *principe d'action* et non pas ce principe de réaction à des *stimuli* (c'est l'auteur qui souligne) extérieurs suivant une raison utilitaire que critiquait Veblen. Ces principes d'actions sont d'ailleurs contraignants, soit que l'on considère qu'ils agissent à l'insu des individus, soit que l'on considère que l'individu est soumis à leur logique une fois qu'il pense, par exemple, qu'un monde de valeurs s'impose à lui. Deuxièmement, ces mentalités économiques sont *héritées*, en ce sens que la longue durée est un cadre dans lequel elles se forment et se transforment. (...) Troisièmement, la façon dont les « masses » appréhendent le monde économique est différente de l'appréhension que le théoricien se fait de l'économie ou de celle que l'économiste prête à l'*homo oeconomicus*, notamment en ce qu'elle n'est pas organisée en fonction des critères formels de rationalité de la théorie. Les mentalités économiques peuvent donc être partielles, partiales voire comporter des éléments contradictoires. » L'étude des mentalités économiques s'attaque donc directement aux mentalités des acteurs économiques sans les considérer comme des erreurs vis-à-vis de la théorie. Elles sont à analyser avec leur propre efficacité, prise dans des habitudes, des traditions, qui sont autant de raisons de ne pas voir les acteurs économiques comme de mauvais *homo oeconomicus*.

²⁹ Pour ce type de questions, travailler sur le produit lait n'a que peu d'influence sur les réponses apportées. Lorsque l'on est en présence de grossistes, de boutiquiers ou d'étalagistes, c'est leur mentalité économique qui est le sujet de notre compréhension. Il nous semble donc que les quelques descriptions des mentalités économiques que nous ferons ici auront une portée générale sur la relation au commerce de bon nombre d'acteurs rencontrés (en particulier les boutiquiers et les étalagistes). Mais un approfondissement de ces questions serait nécessaire pour compléter nos résultats.

³⁰ STEINER P., GISLAIN J.-J., *op.cit.* p.179. C'est nous qui soulignons.

En résumé, nous choisissons de comprendre les faits économiques en les considérant comme des faits sociaux. Pour cela, nous envisageons les marchés étudiés sous un angle microsociologique - ou ethnographique - qui nous poussent à nous intéresser aux transactions marchandes - échanges entre deux équivalents -. Ces échanges mettent aux prises des personnes porteuses de différents statuts – un métier, une place dans le réseau de distribution, une situation familiale... - qui peuvent changer les règles de ces transactions marchandes. Ils s'établissent dans des cadres – le marché comme système d'échange – qui ont leurs propres règles qu'il nous faudra expliciter. Si ces règles et ces institutions permettent au marché de fonctionner, elles ont aussi une dimension contraignante pour l'acteur, elles sont difficiles à « court-circuiter ». Nous pouvons donner de suite l'exemple de la « structure » du marché lui-même. Si nous considérons la distribution des poudres de lait instantanées, leur distribution passe par un lieu centralisé où se retrouve l'ensemble des grossistes. Nous pouvons de suite souligner le caractère d'institution fondamentale de ce circuit de distribution - centré sur le marché de Dabanani - des poudres de lait à Bamako. En dehors de cette institution, la distribution à grande échelle de la poudre de lait au Mali est quasiment impossible. En d'autres termes, ce marché de grossiste est une institution sans laquelle l'accès au marché de la poudre de lait est quasiment impossible.

Il ne suffira pas de comprendre comment fonctionne le marché, quels outils permettent la coordination entre l'offre et la demande, pour avoir une vision claire des rapports marchands autour du produit poudre de lait. Nous devons nous intéresser aux différentes logiques d'actions développées par les protagonistes de ces échanges. D'ailleurs, agissent-ils selon les mêmes raisons ? Évaluent-ils la réussite de leur commerce de la même façon ? D'une façon encore plus générale, quelles visions ont-ils des rapports marchands ? Se sentent-ils tous en situation de concurrence effrénée comme le voudrait une analyse des échanges marchands qui considérant les hommes comme de simples *homo oeconomicus* en guerre pour maximiser leur profit. Disons tout de suite que ces questions appellent des réponses négatives que nous tenterons d'expliquer.

3 La démarche sur le terrain

Comme nous l'avons déjà souligné, l'objet de notre étude n'a été que faiblement étudié. Nous sommes donc arrivés en terrain quasi-inconnu. Dans ces conditions nous avons choisi de travailler en deux temps. Nous voulions dans un premier temps collecter des données quantitatives sur les importations de produits laitiers et plus précisément sur la poudre de lait, avant d'aller véritablement au contact des acteurs travaillant avec ce produit.

a Collecte de données quantitatives

Nous voulions, dans un premier temps, compiler le maximum d'informations fiables pour connaître les acteurs de cette filière et leur importance sur le marché. Pour cela, les données de la douane et de la DNCC (Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence) ont été d'un grand intérêt.

Ces visites à la DNCC et à la douane avaient quatre objectifs. Nous voulions premièrement nous informer sur les documents nécessaires pour devenir un importateur de produits laitiers au Mali. Nous voulions aussi connaître les règles du commerce de la poudre de lait définies par l'Etat. Le second objectif était en lien avec ce premier ; nous espérions connaître le régime de taxe applicable aux différents produits laitiers. N'y aurait-il pas un enjeu monétaire, autour des catégories de la douane et des différents taux pratiqués, pour les importateurs ?

Le troisième objectif de ces visites était de collecter la liste des importateurs de produits laitiers, leur nombre et si possible connaître leur importance³¹.

Nous espérions, de plus, que ces visites allaient pouvoir nous éclairer sur les unités employées et la nomenclature utilisée par la douane pour classer ces différents produits. Nous devions pouvoir classer les produits dans les catégories officielles pour faire ressortir le poids de chaque type de produits laitiers importés.

b Entretiens avec les différents acteurs en contact avec la poudre de lait importée³²

Nous nous sommes par la suite entretenus avec un maximum d'acteurs de ce marché pour comprendre les liens qu'ils entretiennent entre eux. Les entretiens ont débutés par l'amont de la filière, c'est à dire par les importateurs et les transformateurs, et parmi eux, les plus importants - quantitativement parlant.

³¹Les données collectées ont fait l'objet d'une rapide étude statistique qui nous servira plus loin à relativiser la pertinence des chiffres officiels collectés.

³² Un type d'acteurs n'a pas été rencontré alors qu'il travaille sur ces produits ; ce sont les douaniers. Il y aurait un véritable travail de sociologie à faire sur le métier et le travail du douanier. Dans le cas de notre étude, nous aurions aimé connaître le degré de connaissances des douaniers sur les produits laitiers avec lesquels ils travaillent. Il serait intéressant de connaître les liens entre les douaniers et les agents de la société BIVAC international qui supervise en théorie l'ensemble des importations. Ces réponses nous auraient éclairés sur le classement des produits dans les différentes catégories de produits laitiers établies par UEMOA. Au final un tel travail permettrait de juger en partie de la fiabilité des données officielles.

Pour rendre compréhensible notre démarche lors des entretiens, nous allons maintenant présenter une partie de notre grille d'entretien. Celle-ci permettra de mieux comprendre les réponses que nous avons essayé de rechercher³³.

Il nous a semblé important de nous intéresser dans un premier temps à la personne rencontrée. Qui est-elle ? Quel est son parcours scolaire et professionnel et comment est-elle arrivée dans l'entreprise ?³⁴ Nous avons essayé, dans un deuxième temps, de la questionner sur l'histoire de l'entreprise et sur celle de son dirigeant. Depuis quand l'entreprise existe-elle ? Quelles sont les dates clés caractérisant son histoire ? Quel est son statut ? A-t-elle des activités en dehors de la transformation de la poudre de lait ? Pour ce qui est du propriétaire de l'entreprise, nous espérons connaître son parcours personnel et savoir s'il a d'autres activités en dehors du négoce ou de la transformation de la poudre de lait.

La deuxième partie de l'entretien devait porter sur les produits vendus par l'entreprise. Ces questions étaient décomposées en trois temps : sur le type de produit, sur la provenance des matières premières (si possible obtenir la quantité et leur prix sans oublier la provenance des emballages) ainsi que sur les produits finis vendus par l'entreprise (là aussi, si possible, obtenir les quantités et les prix pratiqués). Nous devions essayer de connaître la manière dont les produits sont stockés et s'ils étaient le sujet de tensions dans les relations commerciales.

Il ne faut pas oublier que nous sommes dans une démarche compréhensive des liens qui se tissent entre les protagonistes de ces marchés. Connaître la forme des liens (le type de contrat par exemple) entre fournisseurs de matière première et transformateurs ainsi qu'entre les transformateurs et vendeurs était donc important. Passent-ils entre eux des contrats écrits ? De combien de temps ? Ces contrats ont-ils un lien avec la durée de leur relation commerciale ? Le paiement se fait-il au comptant ou à paiement différé ?

Dans la troisième partie de l'entretien nous avons interrogé nos interlocuteurs sur la façon dont ils « voient » le marché et comment ils s'y comportent. Comment trouvent-ils de nouveaux clients ? Est-ce qu'ils en cherchent de nouveaux ? Leurs avis sur les évolutions des prix devaient nous éclairer sur les connaissances que chaque acteur avait du marché. Cette question a été de plus en plus centrale au fur et à mesure que les prix des produits laitiers évoluaient à la hausse. La demande était-elle, pour notre interlocuteur, en croissance ? La concurrence était-elle, selon lui, plus difficile aujourd'hui qu'hier ? Considérait

³³ Une partie des questions est spécifique aux transformateurs.

³⁴ Les réponses à ces questions seront importantes pour comprendre le raisonnement proprement économique des acteurs.

-il les personnes qui vendent le même type de produits comme des concurrents ? Une des questions fondamentales était de connaître les marges de manœuvre que chaque entreprise avait sur ses prix de vente. Ces marges de manœuvre pouvant être liées aux déterminants du prix de vente (part de la matière première, des salaires... dans le produit fini), nous avons essayé d'obtenir la part des différents coûts au sein du produit fini. Il est, par exemple, plus facile pour une entreprise de transformation, de baisser ses coûts marketing que ceux de la poudre de lait importée. Cette différence peut rendre plus réactive une entreprise qui a fortement développé sa communication.

Tous nos interlocuteurs vendent, un (des) produit(s) (poudre de lait, produits transformés) qui demande(nt) un achat en amont et une vente en aval. Ils sont tous aussi pris dans des relations horizontales qui ont chacune une histoire. L'ensemble des questions que nous venons d'exposer avait pour but de comprendre ces relations sociales.

Mais le contexte de l'étude joue aussi sur la qualité des données recueillies. C'est pour cela qu'il nous semble important d'explicitier les conditions dans lesquelles nous avons travaillé pour que le lecteur ait une vision claire des conditions de production de l'étude. Il pourra ainsi juger de la qualité et des défauts des résultats obtenus.

C Conditions de production de l'étude

1 Impacts d'un environnement économique concurrentiel

a Interaction interviewer/interviewé fonction de la perception de la concurrence

A la suite des entretiens réalisés avec différents types d'acteurs, nous avons constaté une certaine forme de corrélation entre la confiance qui nous était octroyée par notre interlocuteur - que nous pouvons évaluer par la qualité de l'information fournie par l'entreprise - et l'intensité de la concurrence à laquelle chacun jugeait son entreprise soumise³⁵. La distance vis-à-vis de l'interviewer n'était donc pas uniforme. L'histoire de

³⁵ En effet, les industriels du secteur pouvaient avoir quelques réticences à nous fournir toutes les informations que nous leur demandions. Les raisons de cette réaction étaient généralement données. Ces informations étaient stratégiques pour l'entreprise. Elles permettraient à un concurrent de connaître le nom des fournisseurs et la forme des contrats signés. Ce sont des données qui procurent des avantages concurrentiels. La même opacité existait au sujet du niveau des stocks. Ces informations sont d'autant plus stratégiques que les entretiens se sont déroulés en période de fortes tensions sur la fourniture de matière première. La dimension stratégique des questions posées les rendait donc suspectes. Les questions de fourniture et de stocks sont source

l'entreprise sur le marché semble aussi un critère important à prendre en compte pour comprendre la distance que l'interviewé a pu prendre avec nous lors de l'entretien. Que ce soit dans la transformation ou dans le conditionnement, ce sont les représentants des entreprises les plus dominés sur le marché, celles qui essaient « de se faire une place », qui dévoilaient le moins le fonctionnement de leur entreprise. Ce fait n'est qu'une tendance et tous les acteurs rencontrés ne répondent pas à cette loi. Il faudrait rajouter à ces deux critères celui du rapport au savoir et aux études économiques qui a aussi un impact sur la relation d'entretien. Ce critère nous est apparu en comparant deux entretiens de gérants de mini-laiterie. Dans le premier, nous avons été reçus par deux directeurs qui avaient suivi des études de gestion pour l'un, de marketing pour l'autre. Dans le second entretien, nous nous sommes entretenus avec le directeur d'une mini-laiterie qui avait une formation de technicien dans le domaine de la santé. Lors du premier entretien, l'inscription de leur entreprise dans un champ concurrentiel était omniprésente : ils n'ont cessé de mettre en avant la bonne qualité des produits de la maison, la mauvaise qualité en revanche des produits concurrents, la bonne santé de l'entreprise,... Cet entretien fut principalement marqué par une volonté de ne dévoiler aucune des caractéristiques des relations commerciales, surtout au niveau de la poudre utilisée pour la transformation et de la quantité vendue sur le marché de Bamako. Les informations demandées étaient, à l'évidence, trop « stratégiques ». Dans le second entretien, toutes nos questions ont par contre obtenu une réponse. Nous avons obtenu le nom du fournisseur de poudre de lait, les techniques de production employées, les stratégies de production et de commercialisation qui seront entreprises dans le futur. Une partie de l'entretien a même porté principalement sur les techniques de production et leurs évolutions depuis la création de la mini-laiterie et les évolutions à apporter pour le futur. La concurrence n'a jamais véritablement suscité de discours spécifique.

Nous pouvons simplement émettre une hypothèse, qui serait bien sûr à vérifier : les études entreprises par ces différents acteurs structurent leurs rapports au commerce et à la concurrence et ceux-ci influent plus ou moins sur la relation d'entretien.

Nous pouvons émettre une autre hypothèse au sujet de la « non-coopération » de certains acteurs. Certains d'entre eux nous ont proposé de nous donner des informations sur leurs entreprises en échanges d'informations que nous avons récoltées sur leurs concurrents.

de concurrence dans la maîtrise du processus de production et de l'écoulement de la marchandise. Ne pas vouloir nous fournir ces informations était donc une marque du niveau de concurrence dans lequel ces acteurs se sentent inscrits.

C'est le don d'informations qui est refusé dans ce cas, pas son échange « marchand ». Dans le même ordre d'idée, il nous a été proposé un bureau dans une entreprise ou même une embauche en échange d'informations ou de conseils sur le marché de la poudre de lait. Les personnes concernées ont, toutes, suivi des études d'économie, de commerce ou de marketing. Sans avoir été acceptées, ces offres nous montre dans quel état d'esprit s'effectuait l'interaction entre l'interviewer et l'interviewé. Chacun cherchait à tirer avantage de l'interaction en cours. Ce n'est que l'éthique de l'enquête sociologique qui a empêché la convergence d'intérêt par le marchandage d'information. Il faut ajouter à cela que l'environnement économique de l'étude – un marché de produits laitiers en proie à de fortes tensions au niveau de l'offre de matière première – a accentué ce rapport de méfiance. Dans une étude en dehors de la sphère économique, il nous semble possible que l'interviewer apporte des connaissances ou confie une expérience personnelle. Cela ne nous semble pas possible dans un contexte aussi concurrentiel que le marché des produits laitiers à Bamako en 2007. En ce sens, notre éthique de l'enquête sociologique respecte la concurrence existante sur ce marché car nous n'avons pas introduit de distorsion d'informations entre les différentes entreprises en concurrence.

b Difficultés de collecte de données quantitatives au niveau des importateurs et des transformateurs

Ce que nous avons caractérisé comme une forme d'emprise de la concurrence sur la mentalité des acteurs nous semble être en partie à l'origine de la non coopération de plusieurs importateurs ou transformateurs³⁶. Cette tendance à la retenue d'informations a malheureusement eu des conséquences sur notre étude. Elle nous a empêchés d'avoir une vision claire du poids de chacun des acteurs sur le marché de la poudre de lait, de gros acteurs comme de plus modestes ne nous ayant pas donné leur volume de vente. Nous n'avons donc pas pu quantifier exactement le marché malien de la poudre de lait.

2 Un appui sur les données officielles difficile

Connaître le volume de poudre de lait consommé à Bamako étant impossible par la collecte des données au niveau des importateurs, nous espérons pouvoir nous appuyer sur les

³⁶ Il faut de suite ajouter que nous avons été dans tous les cas très bien accueillis par toutes les personnes rencontrées. Ce que nous appelons non-coopération est simplement le fait que nous n'avons pas eu accès à toutes les données recherchées, ce que nous comprenons fort bien.

données officielles disponibles. Malgré le fait que nous y ayons eu accès, quelques calculs basés sur ces chiffres nous obligent à relativiser leur pertinence.

a Des chiffres d'importations contestables

D'après les données officiels, les importations de produits laitiers au Mali sont évoluées à environ 13 milliards de Fcfa pour l'année 2005. En utilisant la classification officielle, nous avons regroupé l'ensemble des poudres de lait dans une même catégorie qui représente 90 % des importations. La valeur des importations de poudre de lait serait donc de l'ordre de 11,7 milliards de Fcfa pour l'année 2005. Si nous considérons que le prix de la poudre à cette période était de 2 200 euros/t³⁷, nous obtenons donc un volume d'importation de poudre de lait, de l'ordre de 8 100 tonnes.

Or, ce chiffre est en contradiction avec l'évaluation de la taille du marché qui nous a été proposée par les acteurs de l'importation. Selon eux, le volume du marché malien de la poudre de lait serait compris entre 10 000 et 15 000 tonnes par an. Malgré le fait que ces importateurs ne semblent pas se rencontrer pour discuter de ces données, ils ont approximativement la même estimation de la taille de ce marché. Cette similitude nous fait privilégier cette estimation aux chiffres officiels.

De plus, en considérant la classification des produits laitiers de l'UEMOA et l'évolution des importations sur quelques années, nous avons pu observer des variations « étranges ». Prenons l'exemple des poudres pour pharmacie³⁸. Ce type de poudre aurait, selon les statistiques officielles, connu une baisse des importations de 99,7 % entre 2003 et 2004, suivie d'une explosion de 3900 % entre 2004 et 2005 ! D'autres produits connaissent des variations du même type. Les importations de lactosérum ont, par exemple, augmenté de 1600 % entre 2003 et 2004 d'après les données d'Etat. Il n'est, de plus, pas rare de voir sur la période de cinq ans étudiés (2002-2006) des catégories qui ne sont pas utilisées pendant un an avant d'être réutilisées deux années plus tard. Ces variations nous paraissent donc sujettes à caution. Elles supposeraient des changements brutaux de consommation à un moment où il n'y avait pas de contrainte de fourniture de matière première.

³⁷ En France, le prix de la poudre de lait entier n'a jamais été inférieur à 2 300 euros/t sur l'année 2005.

³⁸ Dès que nous avons eu accès aux données de la DNCC, nous avons entrepris un classement en fonction du type de produit. Dans ce classement, nous avons séparé les poudres pour un usage pharmaceutique et les poudres pour l'alimentation courante. Ajoutons qu'il n'y a pas d'intérêt monétaire à jouer sur ce classement, ces deux sortes de poudre subissant le même niveau de taxe. Pour connaître le niveau de ces taxes, voir le chapitre 2.

Ces quelques exemples avaient simplement pour but de relativiser l'utilisation que nous pouvons faire des données officielles disponibles. Elles servent, sans doute, plus d'indicateur du travail des douaniers ou du niveau des fraudes que de mesure du niveau réel des importations.

3 Des conditions d'entretiens variables

Si nous avons mis en avant ce que nous considérons comme l'impact de la concurrence dans l'interaction entre interviewer et interviewé, la relation d'entretien était aussi influencée par d'autres critères. Les plus importants semblent être la langue et l'influence de notre origine occidentale.

a Une difficulté vis-à-vis de la langue différenciée

Si le français est la langue officielle du Mali, il est parlé différemment suivant les personnes rencontrées. Entre un importateur libanais qui a fait ses études en France et un étalagiste, force était de constater que la langue pouvait être un avantage certain dans un cas, une barrière infranchissable dans le second. Dans nos rencontres avec les importateurs et les transformateurs, la communication n'a posé aucun problème. Elle a même été facilitée par notre origine en tant qu'étudiant français faisant une étude pour acquérir son diplôme. On peut à cet égard comparer notre expérience avec des études précédemment entreprises par des étudiants maliens. Dans ce cas, les enquêteurs n'ont jamais réussi à rencontrer les importateurs comme nous avons réussi à le faire. Le fait d'être « toubab » était donc pour nous un avantage certain. Peut-être y avait-il aussi moins de suspicions sur l'usage des informations collectées. Il était, en effet, clair pour nos interlocuteurs que nous ne travaillions pas pour l'Etat malien ou une entreprise concurrente. Ce soupçon pouvait être plus important dans le cas d'une étude faite par des étudiants maliens.

Si, à tous les niveaux de la distribution, nous avons été très bien reçus, le problème de la langue devenait de plus en plus pesant au fur et à mesure que nous nous rapprochions du consommateur. Nous n'avons rencontré qu'un importateur avec qui la langue pouvait être un critère limitant la discussion. Ce problème devenait plus prégnant au niveau des grossistes et demi-grossistes et surtout au niveau de la distribution finale, avec les boutiquiers et les étalagistes. Pour palier cette difficulté, nous avons pu nous faire accompagner pendant deux semaines de terrain par un étudiant malien, qui nous a servi de traducteur. Même dans le cas de personnes s'exprimant en français, il peut s'avérer que parler français, et non bambara,

limite les informations ou les sentiments que l'interlocuteur du moment était prêt à partager. En ce sens, les nouvelles possibilités de discussion offertes par l'intermédiaire d'un traducteur sont importantes pour obtenir des résultats aussi fins que la compréhension des mentalités économiques des personnes rencontrées. Dans ce domaine, nos résultats ne sont que parcellaires mais ils ont l'avantage de nous faire prendre conscience que ce partenariat avec un traducteur demande un véritable travail en amont des entretiens³⁹.

Cette première partie visait à cadrer notre problématique, notre lieu de l'étude (Bamako) avec ses spécificités, son objet concret (le réseau de distribution des produits laitiers à base de poudre de lait) et le type d'approche théorique choisie qui doit pouvoir nous aider à répondre à deux questions : qui sont les acteurs de ce réseau ? Quelle est la nature des relations entre les acteurs des différentes transactions marchandes, ainsi qu'entre des personnes de mêmes statuts professionnels, c'est à dire situées dans une relation horizontale. Il nous paraissait important d'explicitier les conditions matérielles et d'interaction de notre travail. Mais la différence de perception des acteurs et ce qui nous a semblé être ses répercussions dans le rapport interviewer/interviewé ainsi que la question du langage, sont les principaux facteurs limitant de notre étude, auxquels il faudrait ajouter la durée limitée dont nous avons disposé.

³⁹ Travailler avec un étudiant malien, qui plus est étudiant en économie ayant déjà travaillé sur la filière laitière, a considérablement enrichi les résultats de notre enquête. L'un des problèmes qui a pu se poser est celui du caractère d'« évidence » pour lui de la « mentalité économique » des personnes rencontrées. Si, dans un sens, ce fut pour nous avantageux, cette évidence apparente peut aussi être un facteur limitant de la compréhension. En ce sens, c'est un véritable partenariat de la problématique et des objectifs de recherche, qu'il faut mettre sur pieds avec le traducteur. Si une traduction littérale des questions et des réponses lors d'entretiens en Bambara est le minimum de méthode à mettre en place, cette obligation ne sera bien prise en compte par le traducteur qu'en lui faisant partager les résultats escomptés. Le partenariat commence donc en amont de l'entretien. Le traducteur pourra en retour enrichir les entretiens en participant à la fabrication de la grille d'entretien pour que les termes employés ne soient pas choquant pour l'interviewé.

II Les importations de poudre de lait au Mali dans un contexte mondial en mutation

Comprendre le fonctionnement du marché malien des produits laitiers à base de poudre de lait exige de s'intéresser à sa fourniture en poudre de lait puisque ce produit est importé. Il nous reste à éclaircir les conditions d'importation de ces produits. Mais il nous faudra aussi déconstruire l'image généralement donnée du marché, celle d'une instance de distribution « naturelle ». Nous le verrons, le marché mondial du lait et la présence du Mali en son sein n'a rien de « naturel ». Il a été rendu possible par des avancées techniques et des décisions politiques. Cette connaissance globale du marché malien de la poudre de lait importée nous amènera finalement à présenter les produits qui ont été au cœur de notre étude.

A Imbrication du marché malien dans le marché mondial du lait⁴⁰

a Technique de pulvérisation et géographie du marché du lait

Le marché malien du lait est inscrit dans ce qu'il faut appeler un marché mondial du lait. Ce dernier a été rendu possible grâce à l'invention et l'utilisation d'une technique de séchage du lait qui permet de transformer ce produit, initialement liquide, en poudre. Comme le souligne F.Vatin, cela a permis aux industriels laitiers de valoriser leurs excédents. « Le lait, sous une forme quasi brute (additionnée d'eau, la poudre retrouve une bonne part des propriétés du lait frais), se prête maintenant au stockage et au transport ; cela permet son utilisation commode dans l'industrie agro-alimentaire (biscuiterie par exemple), ou dans l'élevage (alimentation animale), mais aussi sa commercialisation internationale. (...) Un marché laitier homogène à l'échelle internationale est donc devenu possible. (...) Pour autant, dans les pays sahéliens comme ailleurs dans le tiers-monde, les marchés laitiers locaux n'ont pas disparu. »⁴¹

b Mondialisation de la poudre de lait

La technique de pulvérisation n'est pas la cause de l'usage qui a été fait des excédents de production laitière européens et américains. Pour comprendre comment la poudre de lait

⁴⁰ Cette partie est principalement tirée de VATIN F., *Le lait et la raison marchande*, PUR, 1996, p.22-27, « Le lait dans l'espace mondial ».

⁴¹ VATIN F., *op. cit.*, p.23-24.

s'est imposée sur le marché malien des produits laitiers, il nous faut retracer un rapide historique de l'utilisation de ces excédents par les principaux pays producteurs.

Le stockage de la poudre de lait européenne ou nord-américaine avait pour origine une volonté des pouvoirs publics de réguler le marché du lait national à une période, l'après-guerre, où la production était encore saisonnière. Cette politique de stockage accompagnée d'une politique d'aide aux éleveurs a atteint son objectif. Elle a développé la production laitière, mais elle a aussi rendu les excédents de ces deux zones de production structurels dès les années 1960. Les politiques publiques ne changeant pas d'orientation, les stocks ont explosé jusqu'à l'imposition de quotas laitiers en Europe en 1984. Dans le même temps, une prise de conscience des carences alimentaires et de la faim dans les pays du tiers-monde est montée dans l'« opinion » des pays industrialisés. Donc, de manière pragmatique, les problèmes d'alimentation au Sud ont reçu l'appui des excédents des pays européens - pour ce qui concerne les produits laitiers. Les importations des pays du tiers-monde ont rapidement doublé pour devenir structurelles dès les années 1970. Le développement urbain et une différence de prix en faveur des produits laitiers importés – par rapport à la production laitière locale - ont permis aux populations de s'approprier l'usage de ces produits. Ces importations de produits à bas coûts ont eu de fortes répercussions sur la structuration de la filière laitière locale. Cette sous-production locale – comparée à la consommation – accentue le besoin des populations en produits laitiers importés.

Mis à part l'usage de la poudre de lait par la population, ce produit a aussi servi de matière première à de nouvelles industries de transformation. La distribution de cette poudre avait pour objectif de servir dans un premier temps de matière première avant d'être petit à petit remplacée par la production laitière locale. Si cette stratégie de développement d'une filière laitière forte a connu un succès notable en Inde avec le programme *Flood*, elle n'a pas eu la même réussite en Afrique sahélienne et notamment au Mali. L'usage industriel de la poudre de lait est donc devenu obligatoire pour la survie économique des usines.

Le Mali appartient à ces pays où l'importation de lait en poudre est devenue structurelle et obligatoire pour couvrir la consommation de la population en produits laitiers. Ces importations sont d'autant plus nécessaires que l'évolution de la production locale ne peut couvrir les variations de la consommation principalement due au développement démographique. Cette difficulté semble d'autant plus insurmontable que l'urbanisation rend de plus en plus difficile l'approvisionnement des villes en produits laitiers locaux. La population malienne est aujourd'hui largement habituée à utiliser la poudre de lait. La poudre

que l'on trouve aujourd'hui à Bamako est originaire d'Europe, mais aussi d'Argentine, du Brésil, de Nouvelle-Zélande ou d'Australie.

Cette description de l'histoire de l'implantation de la poudre de lait au Mali nous donne un premier exemple de la construction sociale d'un marché, ici celui de la poudre de lait au niveau mondial.

B Dynamisme actuel du marché mondial du lait

La poudre de lait n'est qu'un produit laitier parmi d'autres. La matière première, le lait produit par la vache, peut être orientée de diverses manières suivant l'emploi visé. Il y a donc une certaine forme de concurrence entre produits laitiers pour s'accaparer la matière première, le lait de vache. Ce qui peut paraître comme une évidence n'est pas sans intérêt pour comprendre certaines évolutions du marché mondial des produits laitiers. En effet, les évolutions de la consommation (quantitatives comme qualitatives) peuvent orienter différemment l'utilisation du lait de vache. Quelles en sont les répercussions pour le marché mondial du lait ?

1 Le marché mondial du lait et de la poudre de lait

a Données globales

D'après la CNIEL (centre national interprofessionnel de l'économie laitière)⁴² s'appuyant sur des données de la FAO (Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture) et de l'Union Européenne, l'effectif mondial de vaches est d'environ 238 739 000 têtes. L'Union européenne à 25 aurait à sa disposition 23 952 000 vaches laitières, chiffre inférieur à celui de l'Afrique prise dans son ensemble qui posséderait 46 102 000 vaches⁴³. Pour l'année 2004, 523,2 millions de tonnes de lait ont été produites par des bovins au niveau mondial. Il y a bien évidemment une différence de rendement entre ces bovins. Si une vache française peut produire 5 930 Kg de lait par an, une nord-américaine en produit 8599 Kg et une africaine en produirait en moyenne 461 Kg.

⁴² CNIEL, *L'économie laitière en chiffres*, édition 2007-CNIEL, mai 2007.

⁴³ Aucune note sur la méthode de calcul n'est disponible dans cet ouvrage. La CNIEL spécifie l'usage fait de la vache (« vaches laitières traites ») dans l'UE à 25 mais non son usage en l'Afrique.

En ce qui concerne la poudre de lait, la CNIEL différencie le lait écrémé en poudre et le lait entier en poudre. La production mondiale de lait écrémé était évaluée à 3 291 000 tonnes en 2004, en baisse de 6,5 % par rapport à 2000. Quant au lait entier en poudre, la production mondiale était de 2 833 000 tonnes - représentant 4,533 milliards d'euros⁴⁴ - en 2004 en augmentation de 17 % sur la période 1998-2004.

b Evolution de la production de la poudre de lait

Si on observe les évolutions de la production par zone géographique, on peut noter une redistribution des acteurs de la production de poudre de lait. Ceci est principalement vrai pour le type de poudre de lait qui nous intéresse le plus, car elle est la plus consommée au Mali : la poudre de lait entier. Comment s'est répartie l'augmentation de 17 % de la production de poudre de lait entier ?

La production de l'Europe des 15, premier producteur de poudre de lait entier, a stagné : - 0,2 % sur la période 1998/2004. Ses exportations ont même baissé de 17,7 % sur la même période⁴⁵.

Tableau 1 : la production mondiale de lait entier en poudre

Unité :	1.000 tonnes							
Régions/Années	2004	2004/2003 %	2003/2002 %	2002/2001 %	2001/2000 %	2000/1999 %	1999/1998 %	2004/1998 %
U.E. à 15	819	-4	1,1	-4,2	-6	17,9	-3,2	-0,2
France	198	-3,9	-12,3	-2,5	-10,1	1,1	2,3	3,2
<u>C.E.I.</u> (1)	129 (1)	0	5,7	-1,6	24	-16	21,4	31,6
Brésil	420	7,7	9,9	2,9	34,8	4,9	1,7	75
Argentine	165	0	-19,5	10,8	-8,4	-9,8	10,3	-18,7
Nouvelle-Zélande	677	9,4	14,6	4,7	14,9	17,5	-3,5	71
Australie	189	1,1	-21,8	16,6	9,6	29	13,3	47,7
Total	2468							

(1) Communauté des Etats indépendants (partie européenne)

Source : F.A.O. - U.E.

Le tableau 1 montre bien une forme de réorganisation géographique de la production de poudre de lait entier. Les trois grandes zones de production de poudre de lait entier que sont l'Amérique du sud (Brésil et Argentine), l'Europe à 15 et l'Océanie (Nouvelle-Zélande et

⁴⁴ La poudre de lait entier avait un prix à la tonne compris entre 1 500 et 1 700 euros durant l'année 2004.

⁴⁵ Pour l'Europe des 12.

Australie) couvrent 87 % de la production mondiale. L'Europe n'est plus aujourd'hui la principale zone de production. L'Océanie couvrait, en 2004, 30 % de la production mondiale et cette part devrait encore augmenter puisque les principaux pays producteurs de cette zone ont une production continûment croissante depuis 1998⁴⁶. L'augmentation générale de la production de poudre de lait entier est donc due à l'Océanie mais aussi au Brésil.⁴⁷

c Les principaux acteurs de l'exportation

L'analyse précédente est à mettre en parallèle des données disponibles sur les exportations de poudre de lait entier :

⁴⁶ Excepté pour saison 2003 australienne qui a connu une chute de sa production d'un cinquième par rapport à 2002.

⁴⁷ Il nous faut donc peut-être nuancer la place de l'Europe sur le marché mondial de la poudre de lait. La politique européenne sur les questions laitières est en pleine mutation. L'Union Européenne avait mis en place une politique de quotas laitiers, par pays, pour stabiliser la production. Le but était de ramener la production à la consommation intérieure. Mais depuis la fin des soutiens aux exportations de lait, certains pays européens demandent la suppression des quotas laitiers pour ne plus payer de taxe lorsqu'ils sont dépassés et ainsi pouvoir être compétitif sur le marché mondial du lait. Pour Gérard Calbrix, économiste à l'Association de la Transformation Laitière Française (ATLA), l'Europe se dirige vers une fin des quotas en 2015 ce qui aura des conséquences sur la géographie européenne de la production laitière : « On peut s'attendre à une concentration de la production sur l'Arc Atlantique allant de la Pologne jusqu'au Nord de l'Espagne, en passant par le Danemark, l'Irlande et la Bretagne. Des zones où l'herbe pousse bien. Les tailles d'exploitation vont augmenter avec une baisse du prix du lait. Les contraintes environnementales seront sans doute un facteur limitant ». Cité dans CUSSONNEAU A., *Lait : Gérard Calbrix, économiste à Atla invité de Coopagri Bretagne, "Bruxelles s'oriente vers la suppression des quotas"*, article paru dans Paysan breton, <http://www.paysan-breton.fr/article/7085/lait--:-gerard-calbrix,-economiste-a-atla-invite-de-coopagri-bretagne,-%22%3Bbruxelles-s'oriente-vers-la-suppression-des-quotas%22%3B.html>

Tableau 2 : Exportations de poudre de lait entier par pays

WHOLE MILK POWDER EXPORTS: SUMMARY FOR SELECTED COUNTRIES 1,000 Metric Tons						
	2002	2003	2004	2005	(p) 2006	(f) 2007
North America						
United States	0	0	0	0	1	2
Sub-total	0	0	0	0	1	2
South America						
Argentina	136	100	177	162	190	205
Brazil	24	3	16	26	23	15
Sub-total	160	103	193	188	213	220
European Union - 25	520	502	517	493	430	430
Former Soviet Union						
Russia	6	6	6	5	5	5
Ukraine	6	8	18	20	20	22
Sub-total	12	14	24	25	25	27
Asia						
China	28	20	25	32	34	36
Philippines	15	25	28	26	29	32
Sub-total	43	45	53	58	63	68
Oceania						
Australia 2/	213	142	173	161	155	140
New Zealand 3/	481	635	669	585	634	660
Sub-total	694	777	842	746	789	800
TOTAL SELECTED COUNTRIES	1,429	1,441	1,629	1,510	1,521	1,547
Source: Counselor and attaché reports, official statistics, and results of office research.						
Notes:						
(p) Preliminary.						
(f) Forecast.						
(1) Based on deliveries						
(2) Year ending June 30 of the year shown.						
(3) Year ending May 31 of the year shown.						

FAS/OGA/ISAD July, 2007

48

L'Océanie assure à elle seule plus de la moitié des exportations de lait entier en poudre. Le reste des exportations est couvert par l'Europe - qui exporte de moins en moins de poudre - et l'Argentine. L'augmentation de la production au Brésil semble être destinée à la consommation locale comme c'est le cas pour la Chine qui a produit en 2005 908 000 tonnes de poudre de lait entier mais n'en a exporté que 32 000 tonnes la même année⁴⁹.

2 Une demande en croissance et en mutation

L'évolution de la demande est le facteur le plus important pour comprendre l'évolution du marché mondial du lait. Cette évolution est à considérer sous ses deux aspects,

⁴⁸ Tableau extrait de : USDA, *Dairy : World Markets and trade*, juillet 2007.

⁴⁹ USDA, *op.cit.*

quantitatif, mais aussi qualitatif, puisque ce qui nous intéresse en premier lieu ce sont les conséquences pour le marché de la poudre de lait entier.

a Evolution de la demande de poudre de lait entier des pays émergents

Tableau 3 : consommation de poudre de lait entier par pays

WHOLE MILK POWDER CONSUMPTION: SUMMARY FOR SELECTED COUNTRIES 1,000 Metric Tons						
	2002	2003	2004	2005	(p) 2006	(f) 2007
North America						
United States	25	21	22	18	16	17
Sub-total	25	21	22	18	16	17
South America						
Argentina	95	84	88	98	102	110
Brazil	426	430	440	449	469	500
Sub-total	521	514	526	547	571	610
European Union - 25	357	368	343	367	382	377
Former Soviet Union						
Russia	130	124	109	110	100	115
Ukraine	11	12	10	8	10	10
Sub-total	141	136	119	118	110	125
North Africa						
Algeria	118	118	140	175	176	180
Asia						
China	626	821	898	951	1,081	1,214
Indonesia	58	63	65	75	74	75
Philippines	30	17	17	15	16	18
Taiwan	35	34	36	31	31	30
Sub-total	749	935	1,016	1,072	1,202	1,337
Oceania						
Australia 2/	24	25	23	22	27	27
New Zealand 3/	1	1	1	1	1	1
Sub-total	25	26	24	23	28	28
TOTAL SELECTED COUNTRIES	1,936	2,118	2,190	2,320	2,485	2,674

Source: Counselor and attache reports, official statistics, and results of office research.
Notes:
(p) Preliminary.
(f) Forecast.
(1) Based on deliveries.
(2) Year ending June 30 of the year shown.
(3) Year ending May 31 of the year shown.

FASIOGA/ISAD July, 2007

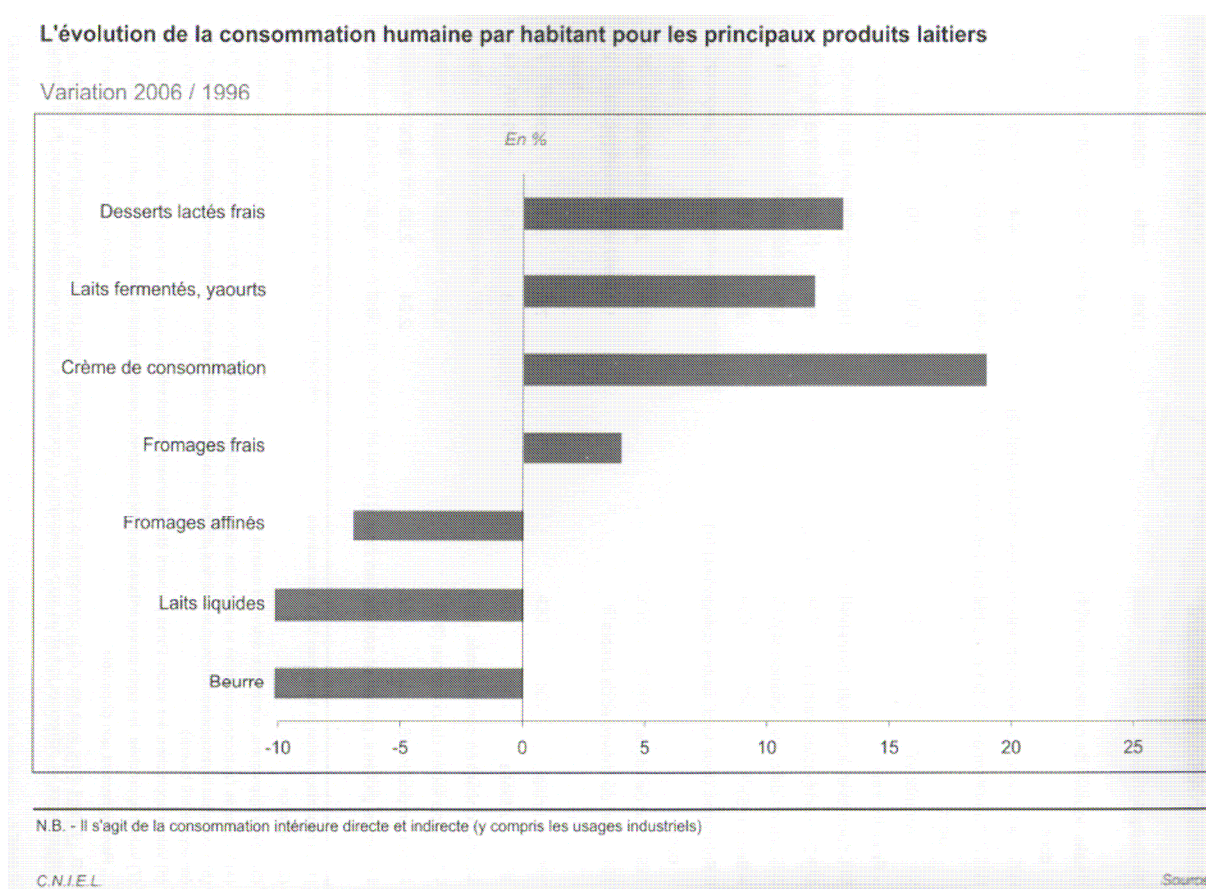
Comme pour l'ensemble des produits laitiers, la demande de poudre de lait est tirée par la consommation des pays à forte croissance économique, principalement les économies d'Asie (tableau 3). Cette croissance économique a créé dans ces pays anciennement sous-développés une classe moyenne à même de consommer des produits laitiers industriels qui peuvent avoir comme matière première du lait entier en poudre. La croissance démographique de ces pays, accompagnée d'une croissance urbaine très forte, accentuent toutes deux l'effet de la croissance économique sur le niveau de consommation global dans ces pays qui semblent de moins en moins lactophobes⁵⁰.

⁵⁰ BERNOT L., *Buveurs et non-buveurs de lait*, L'Homme, n°108, 1988, p.99-107.

b Une réorientation de la production dans les pays occidentaux : l'exemple de la France

Comme beaucoup d'autres pays occidentaux, la France connaît une réorientation de sa consommation laitière comme peut l'attester le graphique suivant :

Figure 1 : évolution de la consommation humaine par habitant pour les principaux produits laitiers en France



51

On observe de plus une baisse prononcée de la fabrication de poudre de lait, qu'elle soit à base de lait entier ou écrémé, dans l'ensemble de l'Union européenne à 25. La poudre de lait entier a connu une baisse de sa production de 8,9 % durant l'année 2006. La production de lait écrémé en poudre a chuté de 8,5 % la même année. Pourtant, la collecte de lait de vache est à peu près stagnante depuis l'année 2000. En d'autres termes, les pays de l'Union européenne produiraient moins de poudre de lait avec le lait collecté. La poudre de lait n'est donc plus un produit attractif pour les industries laitières dans un environnement européen où

⁵¹ Evolution en volume, à partir de donnée en Kg/hab

les subventions aux exportations ont été supprimées et dans lequel la plupart des pays producteurs ne remplissent pas leurs quotas de production. L'Europe n'a tout simplement plus de surplus.

3 Tension sur le marché des produits laitiers et évolution du prix de la poudre de lait

Les évolutions de l'offre et de la demande au niveau mondial expliquent les tensions qui se sont manifestées sur le marché mondial du lait en 2007. Nous pouvons résumer cette situation en nous appuyant sur les points soulevés par un rapport de l'USDA(United States Department of Agriculture)⁵². Il souligne comme premier facteur de ces tensions le déclin de l'Union européenne sur le marché des produits laitiers et plus particulièrement sur celui du lait en poudre. Ces tensions ont été accentuées par la sécheresse qui a sévi en Australie réduisant la production prévue pour les exportations. Ce rapport souligne dans un troisième temps la réduction aux exportations imposée par l'Argentine à ses producteurs. USDA n'oublie pas de noter la forte augmentation de la demande, tirée par les pays émergents.

Ce rapport n'est pas très optimiste sur les évolutions futures de ce marché. Le facteur principal de cette tension, c'est-à-dire la trop faible production des grands pays producteurs (Europe, Océanie et USA), n'a pas de raison de changer à court terme. Cette situation risque de perdurer, puisque les Etats-Unis, comme l'Europe, voient leur demande intérieure se renforcer principalement en ce qui concerne des produits laitiers à forte valeur ajoutée comme le fromage⁵³. L'Europe limite de plus sa production par sa politique des quotas qui ne lui permet plus de répondre à la demande croissante des pays émergents.⁵⁴

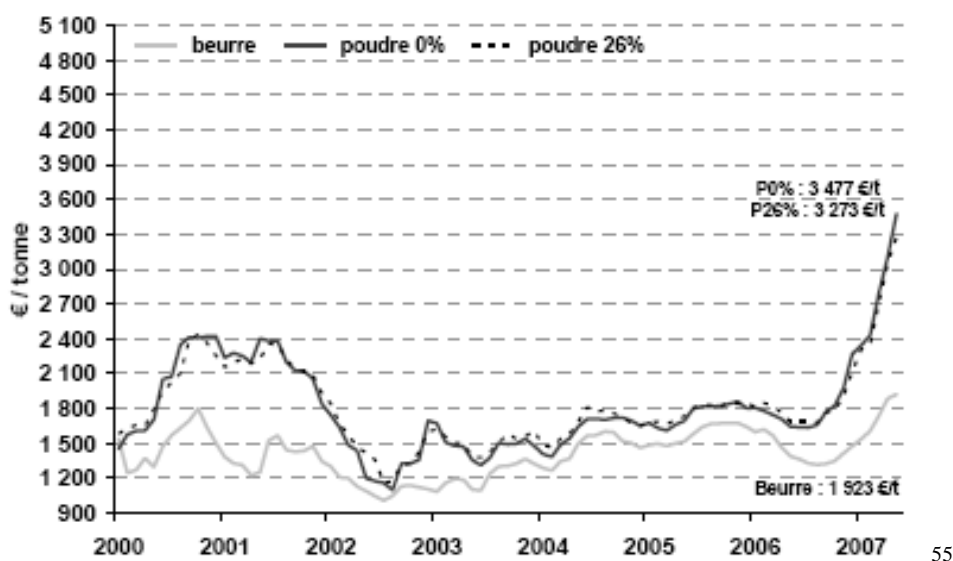
Cet ensemble de facteurs a des conséquences directes sur le prix de la poudre de lait entier dont nous voyons ci-dessous l'envolée :

⁵² USDA, *op.cit*, p.2.

⁵³ La France fait, pour ce produit, exception en Europe. La consommation française de fromage n'a que très peu évolué en dix ans.

⁵⁴ Pour une vision plus optimiste sur le futur de la production européenne voir note 47.

Figure 2 : Evolution des cours mondiaux (prix FOB Europe de l'Ouest) en €/tonne à fin mai 2007



Les tensions sur les prix du lait entier en poudre – qui correspond à la poudre à 26 % de matière grasse – que nous avons observées au Mali résultent directement de cet ensemble de causes et d'effets. La poudre de lait entier est la seule poudre que nous avons trouvée à Bamako malgré la rencontre d'un ancien importateur de poudre de lait écrémé.⁵⁵

C Le Mali : chiffres, cadre institutionnel et produits étudiés

Nous avons souligné dans la première partie l'importance des importations de poudre de lait pour le Mali et plus spécifiquement pour la couverture de la consommation des habitants de sa capitale. Il s'agit ici de présenter le déroulement des importations, la classification établie des produits laitiers ainsi que les taxes théoriquement appliquées sur ces produits. Nous présenterons pour terminer les produits sur lesquels s'est plus spécifiquement porté notre travail : les poudres de lait, la classification dont elles font l'objet et les produits qui dérivent de son utilisation comme matière première.

⁵⁵ OFFICE DE L'ELEVAGE, *Comité lait de vache*, séance du 7 juin 2007.

⁵⁶ Les prix des produits maliens sont disponibles en annexe. Voir aussi : CORNIAUX C., POCCARD-CHAPUIS R., COULIBALY D., *Le prix des produits laitiers dans les villes du Mali*, à paraître.

1 Cadre institutionnel des importations : « les règles du jeu »

Nous n'avons pas collecté toutes les données disponibles sur les lois et règlements théoriquement appliqués aux acteurs du commerce laitier au Mali. Nous pouvons tout de même expliciter rapidement la manière dont sont régies, en théorie, les importations.

a Fonctionnement des importations⁵⁷

Pour importer des marchandises au Mali, il faut d'abord que l'importateur s'immatricule, soit au Registre du Commerce, soit au Répertoire des Métiers. Les informations recueillies sont par la suite diffusées auprès des instances administratives concernées. L'importateur, ayant récupéré son numéro d'identification fiscale, est par la suite en lien constant avec une société qui a pour tâche de vérifier toutes les importations entrant au Mali. Depuis le 12 janvier 2007, la société BIVAC international (filiale du bureau Veritas) a remplacé la COTECMA pour l'exécution du Programme de Vérification des Importations. Sa mission principale est de sécuriser les recettes douanières et de faciliter les échanges commerciaux au Mali.

L'importateur doit, à ce moment, déposer deux exemplaires de sa demande d'Intention d'Importation au guichet Unique de la DNCC ou de la DRCC⁵⁸. Ces informations sont données au bureau de liaison de BIVAC à Bamako qui les transmet au Centre de Relation avec les Exportateurs (CRE) en charge de Bamako. Ce CRE doit alors valider l'Intention d'Importation émise à Bamako. S'il valide l'intention, le CRE demande à l'exportateur des détails techniques sur les marchandises, sur la livraison (lieu de chargement, lieu et date de livraison) ainsi que sur le lieu possible de l'inspection physique des marchandises. Si cette étape se déroule normalement, l'inspection physique peut avoir lieu. Celle-ci ne se fait que si les marchandises ont une valeur supérieure à 3 millions de Fcfa. Dans ce cas, l'un des centres d'inspection – situés un peu partout dans le monde - nomme un inspecteur pour la vérification des marchandises dans le pays d'exportation. Le travail de l'inspecteur du CRE est de vérifier physiquement les marchandises afin de s'assurer que celles-ci correspondent bien au descriptif présent sur l'intention d'importation et sur la pré-facture. L'inspection se déroule en

⁵⁷ Les trois premiers points relatant le parcours des importations ont été rédigés sur la base d'un entretien avec un cadre de la société BIVAC ainsi qu'à l'aide d'une fiche de synthèse de la mission économie française au Mali : *Nouvelles procédures d'importation au Mali*, 3 octobre 2005.

⁵⁸ direction nationale et direction régionale du commerce et de la concurrence

présence du représentant de l'exportateur, qui contresigne le rapport. Si une anomalie est détectée, l'exportateur doit prendre des mesures correctrices.

b Le travail de l'inspecteur

Concrètement, le travail de l'inspecteur se décompose en plusieurs étapes. Premièrement, il vérifie le conteneur. Il faut que celui-ci soit bien isolé et qu'il soit immatriculé à l'encre indélébile. Il faut dans un deuxième temps que l'inspecteur vérifie la marchandise comme nous l'avons souligné plus haut. Il a un quota de cartons à vérifier qui est au minimum de 10 % de la marchandise. Il est égal à la racine carrée du nombre de cartons lorsque celui-ci est supérieur à 100. Ces cartons sont par la suite refermés avec du scotch estampillé « BIVAC international ». L'inspecteur est en fait « les yeux du CRE » dont le travail est, à l'aide des informations fournies par l'inspecteur, d'évaluer le montant des différentes taxes imposables pour ces marchandises.

L'inspecteur doit aussi noter toutes les caractéristiques de la marchandise qu'il inspecte : son poids, net comme brut, le type de packaging utilisé, les critères spécifiques aux produits (la couleur pour un stylobille, la pointure pour des chaussures). Il doit en outre prendre des photos, à la fois de la marchandise, mais aussi du conteneur lorsqu'il est vide, à demi-plein et plein, cela pour s'assurer que le chargement est bien effectué et que la marchandise ne subira pas de dommages pendant son transport. L'inspection finie, l'inspecteur entoure la marchandise de scotch « BIVAC international » et pose un scellé en plomb théoriquement impossible à enlever sans le casser. Mais il semble que certaines personnes trouvent toujours des moyens d'outrepasser ces systèmes de surveillance. Pour contrer ces fraudes, la BIVAC cherche, en relation avec une entreprise de sécurité, à développer de nouveaux procédés pour sceller les conteneurs (relevé de changement de température pendant le voyage ou de changement de luminosité par exemple).

c Le rôle du Centre de Relation avec les Exportateurs (CRE)

C'est à l'importateur d'ouvrir le plomb de son conteneur en présence d'un douanier.

Entre temps, l'inspecteur renvoie toutes les données collectées au CRE ainsi que le bon de transport et la facture finale. Avec ces documents, les experts commerciaux du CRE évaluent le prix des marchandises et codifient ces dernières dans les classifications de la douane. Pour évaluer ce prix, ils utilisent des données du GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) ou de l'OMC (Organisation mondiale du commerce) pour comparer les mêmes produits, par exemple le prix de différents stylobilles bleus. Si cette comparaison n'est

pas possible, ils comparent des stylobilles bleus avec des stylobilles rouges et ainsi de suite. Après ce classement, le CRE émet une attestation de vérification. L'importateur peut contester la valeur définie par BIVAC. Dans cas, c'est à lui de prouver d'où viennent ces erreurs. Ces corrections sont soumises à l'acceptation de BIVAC.

Les experts du CRE ont donc comme objectif de calculer la valeur de la marchandise en douane en conformité avec les règles en vigueur au Mali. Les données qui sont collectées appartiennent au CNPM, le patronat malien.

Par la suite, l'attestation de vérification est transmise électroniquement par le CRE au Bureau de liaison de Bamako qui l'a fournie à l'importateur. Les marchandises peuvent maintenant être livrées à l'importateur. Elles sont généralement importées par bateau jusqu'aux ports de Dakar ou d'Abidjan, puis acheminées à Bamako en train (possibilité lorsque les marchandises passent par Dakar) ou par transport routier.

d Impôts et taxes sur les différents produits

Le dédouanement des marchandises ne peut se faire que par un commissaire en douane. Il est le seul à pouvoir établir une Déclaration en Détail Unique (DDU) obligatoire depuis 2004 pour toutes importations et exportations maliennes. Les importations sont aussi soumises à l'acquittement, par l'importateur, de droits et taxes. « Dans le cadre de l'UEMOA, ces droits et taxes d'importation sont synthétisés dans le Tarif Extérieur Commun (TEC) et sont perçus au cordon douanier, sur la valeur des marchandises ». Ces droits et taxes comprennent, entre autres des droits de douane compris entre 0 et 20 %, la TVA à 18 % ainsi que de multiples taxes généralement fixes⁵⁹.

En ce qui concerne les produits qui nous intéressent, deux remarques sont à faire. Premièrement, il existe deux niveaux de droits de douane appliqués aux produits laitiers, 5 % et 20 %. Les produits taxés à 5 % sont définis comme les « biens de première nécessité, les matières premières de base, les biens d'équipement, les intrants spécifiques ». Les produits taxés à 20 % sont les biens de consommation finale⁶⁰. Ce différentiel a une conséquence directe sur la filière laitière au Mali. Ce régime de taxe privilégie de fait les usines de transformation malienne par rapport aux importateurs de produits laitiers frais près pour la

⁵⁹ Pour plus d'information : http://www.missioneco.org/mali/documents_new.asp?V=6_PDF_112238.

⁶⁰ Textes officiels à l'adresse suivante :

http://www.droit-afrique.com/images/textes/Afrique_Ouest/UEMOA%20-%20Tarif%20douanes%202002.pdf, p.13.

Voir aussi : http://www.izf.net/IZF/TEC/tableau_taxes_ao.htm#cat%E9g

consommation. La production de matière première locale (dans notre cas, le lait, mais cette remarque est vraie pour toutes les matières premières disponibles au Mali) est par contre moins protégée que le secteur de la transformation puisque les importations de matières premières ne sont taxées qu'à 5 %. Ce faible niveau de droit de douane n'a pas permis la substitution des importations par la production locale, comme c'était théoriquement prévu. Le lait local restait jusqu'à peu à un prix supérieur au lait produit à partir de poudre importée.

Il faut noter de plus que toutes les poudres de lait sont rangées dans la catégorie 1, celle à laquelle est appliquée un droit de douane de 5%. De fait, que la poudre importée soit utilisée comme matière première par des industries de transformation, qu'elle soit importée pour être reconditionnée au Mali ou qu'elle soit importée déjà conditionnée, elle est taxée au même taux de 5 %. Si l'on suit la classification officielle, la poudre de lait est considérée dans certains cas comme une « matière première », dans d'autre comme un « bien de première nécessité ».

Deuxièmement, nous devons souligner la réponse politique donnée par le gouvernement malien à l'augmentation du prix mondial de la poudre de lait. En raison d'une baisse des stocks et de l'augmentation du prix de la poudre au Mali, le gouvernement malien a décidé d'exonérer de TVA les importations de poudre de lait en vrac pendant les mois de juillet et d'août 2007. « Cette exonération est assortie de la fixation d'un prix consensuel »^{61 62}. Cette réponse politique est clairement liée à l'approche du Ramadan, période de forte consommation de produits laitiers dans toute l'Afrique musulmane. Le gouvernement espère par ce geste apaiser les tensions autour de la flambée des prix des matières premières⁶³ même si le prix de la poudre continue aujourd'hui à augmenter.

⁶¹ Communiqué du gouvernement. Disponible dans l'Essor n°15980 du 02/07/2007. Voir Annexes.

⁶² Cette exonération soulève plusieurs questions. Comment sera-t-elle répercutée sur les prix aux consommateurs ? Quel(s) usage(s) les importateurs feront-ils de leur stock pendant ces deux mois ? Y a-t-il assez de poudre sur le marché mondial pour fournir la demande malienne ? N'y a-t-il pas un problème de disponibilité qu'une baisse des prix à la consommation (par la suppression de la TVA) ne résoudra pas ? Qu'est ce que la poudre en vrac ? Que se passera-t-il pour les « importateurs de poudre déjà conditionnée pour la consommation finale » ?

⁶³ D'autres denrées alimentaires sont touchées par une augmentation de prix ce qui a poussé le gouvernement malien à suspendre pendant 2 mois (juillet et août 2007) les exportations maliennes de riz, des céréales sèches, du sucre, de l'huile alimentaire, de la farine et du froment. Pour la viande, l'Etat malien a mis en place un système de subvention pour l'achat et l'abattage du bétail et l'institution d'autorisations préalables à l'exportation. Voir le communiqué du gouvernement en annexe.

Cette présentation du circuit des importations reste théorique. Beaucoup d'acteurs de ce réseau évoquent librement l'utilisation de circuits parallèles pour importer de la poudre de lait au Mali. N'ayant pas approfondi ces pistes, nous restons cantonnés ici au circuit de distribution après l'arrivée du lait en poudre dans la capitale malienne. L'étude des circuits parallèles de fourniture du marché malien en poudre de lait est donc exclue de cette recherche.

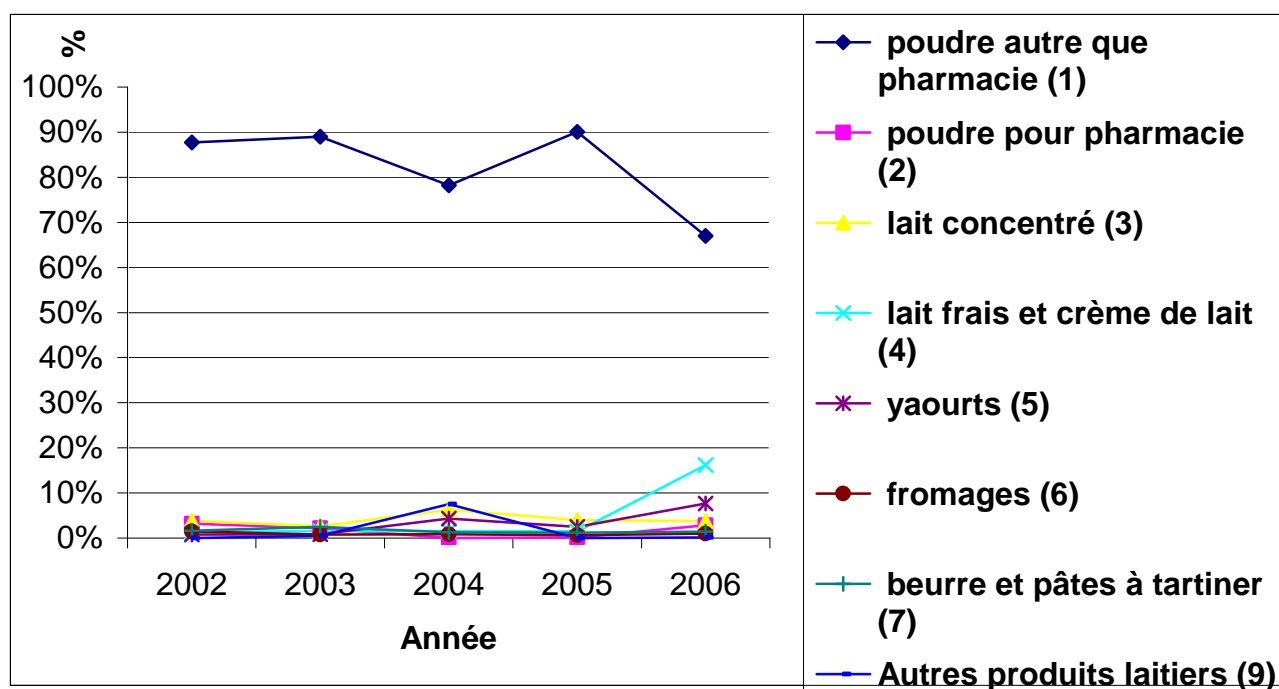
2 Les chiffres disponibles

Nous avons souligné nos doutes au sujet des données officielles d'importation. Il nous semble toutefois possible de nous appuyer sur les tendances que ces données officielles reflètent.

a Retour sur les chiffres

D'après les données de la DNCC, les importations maliennes de produits laitiers avaient atteint, en 2005, 13 milliards d'euros. Comme nous l'avons souligné, ce chiffre est à prendre avec précaution. Mais si l'on regarde la part de chaque produit, les données paraissent moins « irrationnelles ».

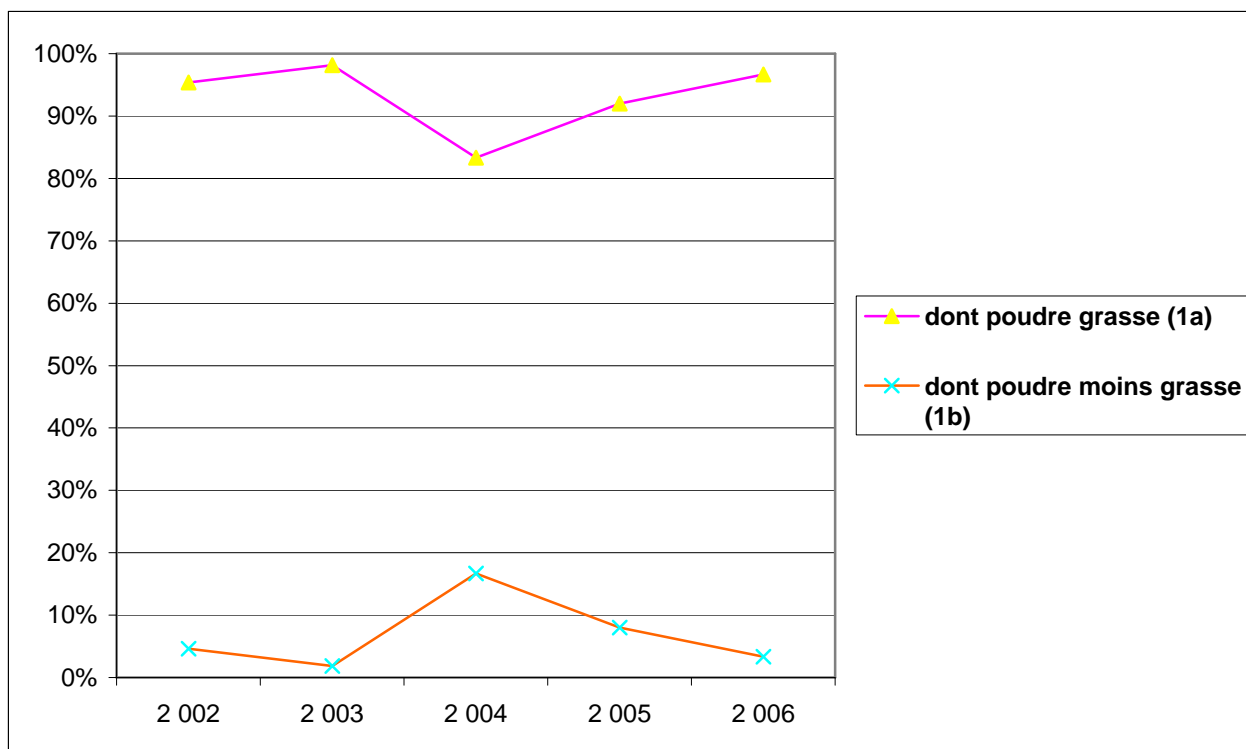
Figure 3: Evolution en pourcentage de chaque produit dans les importations de produits laitiers



Des doutes peuvent persister sur l'année 2006. La chute vertigineuse du pourcentage des poudres de lait autre que pour un usage pharmaceutique⁶⁴ ne nous semble pas explicable. En omettant cette année-ci, la poudre de lait représente 80 à 90 % des importations laitières.

Figure 4: Poudres autre que pour usage pharmaceutique en fonction de la teneur en matière grasse (chiffres de la DNCC)

⁶⁴ La distinction entre usage pharmaceutique et usage non pharmaceutique est faite par la classification de l'UEMOA. Voir Annexes



Nous observons sur la figure 3 que les poudres dites « grasses » représentent la quasi-totalité des importations de poudre. Cette dénomination mérite quelques éclaircissements. La classification de l'UEMOA différencie les poudres « d'une teneur en matières grasses n'excédant pas 1,5 % » des poudres « d'une teneur en matières grasses excédant 1,5 % »⁶⁵. D'après un importateur, ce classement sépare respectivement les poudres de lait à base de matière grasse animale des poudres à base matière grasse végétale. 90 % de la poudre de lait importée au Mali serait donc de la poudre à base de matière grasse animale.

b Des raisons d'un marché malien en tension

Les prix des différentes poudres de lait ont quasiment doublé sur le marché mondial en moins d'un an. Si cette évolution a engendré beaucoup de préoccupations chez les acteurs travaillant avec de poudre de lait, elle n'avait pas encore eu toute son incidence sur les prix à la consommation au moment de notre départ de Bamako le 10 juillet 2007. Malgré le fait que les tensions autour des prix des produits laitiers soient largement déterminées par ce contexte international, elles nous semblent avoir aussi des causes locales.

Comment expliquer ce décalage entre l'augmentation des prix sur le marché mondial et celle observable à Bamako ? D'une part, il faut prendre en compte la durée du transport.

⁶⁵ Voir Annexes pour la classification officielle des produits laitiers de l'UEMOA.

Pour certains importateurs, la répercussion des prix se ferait avec six mois de décalage entre l'Europe et le Mali. Si l'on se reporte aux chiffres disponibles sur les cours mondiaux (figure 2) en prenant en compte ce décalage, la poudre au Mali devrait encore augmenter de 300 euros/tonne - soit une augmentation de 5 000 Fcfa par sac de 25 Kg – après août 2007. Deuxièmement, il ne faut pas sous-estimer le décalage que peut engendrer l'existence des stocks maliens de poudre. D'après certains de nos interlocuteurs, ces stocks expliquent en partie que la poudre au Mali puisse être moins cher qu'au Sénégal ; situation qui paraît pourtant difficilement explicable lorsque l'on sait que la majeure partie des importations de poudre de lait du Mali passe par ce pays. Une partie de la différence de prix entre ces deux pays frontaliers s'expliquerait donc par un stock de poudre plus important au Mali, à un prix plus faible, puisque plus ancien⁶⁶.

Un troisième facteur peut venir atténuer la répercussion des prix mondiaux sur les prix à la consommation : la compression des marges de chaque acteur de la distribution. Les industriels nous ont tous dit avoir baissé leurs marges depuis les premières augmentations de matière première en 2006.

Ces trois facteurs du décalage prix mondial/prix malien de la poudre de lait ne sont en fait que des hypothèses – le décalage dû au transport reste sûr. Mais il nous faut en ajouter un quatrième qui à trait aux représentations monétaires. Nous devons avoir conscience de l'impact social des augmentations de prix. Celui-ci nous semble double. Il touche d'une part la relation entre acheteur et vendeur à chaque échelon de la distribution. D'autre part, ces augmentations peuvent avoir un impact psychologique sur le consommateur quand le prix dépasse des *barrières nominales significatives*. En quelque sorte, cet impact psychologique fait varier l'élasticité-prix du consommateur.

L'impact de évolutions des prix sur les relations acheteurs/vendeurs a été souligné par l'ensemble des personnes rencontrées. Chaque vendeur sait qu'à la suite d'une augmentation

⁶⁶ Si cette analyse sur les stocks s'avère juste, il faut savoir qui possède ces stocks. A l'évidence, ce ne sont pas les industriels. Ils ont tous des problèmes de fourniture de matière première que les ruptures de livraisons prouvent. En revanche, les importateurs de poudre de lait *regular* qui ne sont pas liés formellement à un transformateur, les grossistes de Dabanani ou les demi-grossistes pourraient jouer ce rôle de spéculateur. Un demi-grossiste de Dabanani nous a affirmé avoir augmenté ses marges sur l'une de ses marques de lait en poudre car depuis la nouvelle commande de son fournisseur son prix était inférieur au prix de vente de l'importateur.

des prix, il faut environ deux semaines pour que les consommateurs reviennent acheter en quantité satisfaisante leurs produits⁶⁷.

Ce rapport aux prix et à leurs variations ne fait qu'accentuer les tensions déjà fortes sur le marché mondial de la poudre de lait. Les évolutions de la production et de la consommation mondiales entraînent des tensions sociales dans les relations marchandes en prise avec les produits laitiers à base de poudre de lait. Mais ces évolutions mondiales ont un impact spécifiquement local en ce qu'elles sont accentuées ou freinées par des politiques nationales, des représentations sociales des prix ou par une organisation spécifique du marché.

3 Les produits étudiés

La poudre de lait est la matière première de la quasi-totalité des produits laitiers maliens. Elle n'est donc pas si simple à analyser comme objet homogène. Pour s'en persuader, il faut commencer par souligner que ce n'est pas son usage comme matière première pour les transformateurs qui domine à Bamako. Il est clair pour l'ensemble des acteurs de ce marché que la poudre de lait est avant tout vendue au consommateur final sous forme brute, c'est à dire non transformée. La poudre de lait a donc deux usages. C'est un produit final mais c'est aussi une matière première. La distinction ne s'arrête pas là. Si l'UEMOA classe séparément les poudres de lait grasses et les poudres partiellement écrémées⁶⁸, les personnes rencontrées à Bamako, qui travaillent directement avec ces produits, distinguent les poudres d'une manière différente. Ils séparent la poudre dite *regular* de la poudre *instantanée*. Ils font aussi la différence entre la poudre de première qualité et la poudre de seconde qualité. Un même produit peut donc avoir des critères de classification différents, en fonction de ses qualités physiques et chimiques - qui ont des impacts dans le travail industriel - mais aussi en fonction de la personne qui classe les produits : « Matières grasses n'excédant pas 1,5% / matières grasses excédant 1,5 % » ; *regular/instantanée* ; première qualité / seconde qualité ; poudre à base de matière grasse animale/poudre à base de matière grasse végétale. Ces classements apparaissent comme le résultat d'un regard spécifique sur le produit dépendant de la place de l'acteur dans le circuit de distribution.

Ces différentes classifications pour parler d'un même produit demandent un petit éclaircissement pour avoir une vision claire des produits étudiés.

⁶⁷ Pour plus de précisions voir la parti III.

⁶⁸ L'explication de ce que recouvre cette distinction a été faite au-dessus.

a *Les poudres de lait regular*

Les poudres dites *regular* – par les industriels et les importateurs – se différencient des poudres *instantanées* par leurs utilisations mais aussi par leur texture. La poudre de lait *regular* est plus simple d'utilisation en usine que la poudre *instantanée*. Elle se « travaille » plus facilement. Cette différence s'inverse lorsque que l'on se place dans le cadre domestique. Manuellement, c'est la poudre *instantanée* qui est plus simple à diluer⁶⁹.

Les poudres de lait *regular* nous ont été présentées comme les plus anciennement distribuées sur le marché malien. Elles étaient utilisées dans un premier temps à la fois comme matière première et comme produit de consommation domestique. Depuis la diffusion massive depuis une dizaine d'année de la poudre de lait instantanée, les poudres de lait *regular* semblent être utilisées exclusivement pour la transformation, que celle-ci soit industrielle, semi-industrielle ou artisanale. Comme souvent, il existe des exceptions. Nous avons par exemple rencontré un boutiquier qui vendait de la poudre de lait *regular* reconditionnée à ses clients comme une quelconque poudre de lait⁷⁰. Mais cette pratique semble rare⁷¹.

Ces poudres *regular* nous ont été présentées comme de première ou de deuxième qualité. La distinction concerne en fait les marques : d'un côté les sacs Laicran 10 Kg considérés comme la seule poudre de première qualité et de l'autre, un échantillon de multiples poudres *regular* conditionnées en grande majorité en sac de 25 Kg. Les marques de poudres *regular* de seconde qualité les plus présentes sur le marché de Bamako étaient au moment de notre stage : Inco (Belgique), Lacstar (France), LP et Kerrygold (Irlande).

⁶⁹ A ce sujet une question se pose : qu'en est-il de la transformation artisanale ? Si les acteurs en lien avec la transformation artisanale – c'est-à-dire les vendeurs et les transformatrices de poudre – n'ont jamais souligné l'usage de poudre *instantanée* pour la transformation artisanale, une transformatrice, aujourd'hui semi-industrielle, a commencé dans le métier par la transformation artisanale de poudre de lait instantanée. L'entrée dans le métier de transformatrice artisanale peut-elle toujours se faire par l'usage de poudre de lait instantanée ou la transformation artisanale est-elle si bien structurée qu'il est impossible de s'imposer dans ce milieu sans passer par un demi-grossiste ou un grossiste de poudre de lait. Cette question en révèle une autre. Est-ce que ces grossistes et demi-grossistes sont les maîtres de la transformation artisanale ? Sont-ce eux qui distribuent les place à prendre dans ce métier ?

⁷⁰ Dans ce cas, nous pouvons nous demander : quel usage en est-il fait ? De quelle qualité la cliente considère-t-elle ce produit ? Quelles informations précises le boutiquier donne-t-il à sa clientèle ?

⁷¹ Quid de cette pratique en temps de hausse des prix ?

Mais ces poudres *regular* peuvent emprunter d'autres voies que la transformation industrielle pour arriver au consommateur. Certains demi-grossistes reconditionnent les sacs de 10 ou 25 kg en sachets de 500 g ou 1 kg pour les vendre généralement à des femmes transformatrices artisanales. Dans ce cas, le produit est encore défini par son poids. D'après nos observations, ces produits sont fabriqués avant la demande du client. Un employé de la boutique ouvre un sac de 25 Kg (ou de 10 kg dans le cas de la poudre Laicran) puis il reconditionne la poudre en sachets de 1 kg (ou 500 g dans le cas de la poudre Laicran) à l'aide d'une petite balance. Ces sachets sont en suite stockés dans les mêmes sacs de 25 kg (ou 10 kg) qui ont servi de matière première à cette transformation. Le produit retrouve ici un *critère fixe de définition*, son nouveau poids.

b Les poudres de lait instantanées

Les poudres de lait instantanées sont présentes sur le marché de Bamako pour la consommation finale. Il existe, pour ce type de poudre, trois formes de conditionnement.

En grande majorité, les différentes poudres instantanées sont reconditionnées industriellement dans la zone industrielle de la capitale (voir carte 2), en sachets de 500 g, 400 g, 200 g, 25 g, 22,5 g ou 20 g. Notons la présence sur le marché malien de marques de poudres *instantanées* importées déjà conditionnées. Importer des produits déjà conditionnés a plusieurs désavantages. Premièrement, ces produits incorporent les coûts d'une main d'œuvre généralement européenne, donc considérablement plus chère que la main d'œuvre malienne⁷². De plus, le coût du transport de ces produits déjà conditionnés est supérieur à celui des sacs en vrac de 25 kg utilisés par les usines de reconditionnement maliennes. Il y a donc un réel désavantage à ne pas conditionner la poudre *instantanée* au Mali.

Les marques présentes sur le marché malien ne développent pas l'ensemble des conditionnements présentés plus haut. Chaque marque a généralement un « grand » conditionnement, 500 ou 400 g, et un petit conditionnement, 25, 22,5 ou 20 g. Seulement deux marques ont développé des sachets de 200 g.

Mais la poudre de lait instantanée existe aussi dans une autre forme de conditionnement que le sachet. Une demi-douzaine de marques ont développé des produits « poudre *instantanée* » conditionnés dans des boîtes en fer de 400 g, 900 g ou de 2,5 kg. La

⁷² Le différentiel de coût de main d'œuvre entre le Mali et l'Europe ne semble pas pouvoir être compensé, pour ce qui concerne le conditionnement par une plus forte automatisation en Europe. Sans connaître les usines de conditionnement occidentale, certaines usines d'ensachement malienne nous sont apparues éminemment modernes.

poudre de lait est dans ce cas plus chère que la poudre conditionnée en sachet. Le conditionnement en boîte ne s'effectue pas au Mali ce qui peut expliquer en partie ce différentiel de prix. Le coût de l'emballage joue aussi évidemment beaucoup.

Pour ces deux types de conditionnement que sont les sachets « industriels » et les boîtes en fer, les produits sont définis par leur volume, leur qualité et leur prix. En cas d'évolution des prix, ce n'est pas la contenance qui évolue en priorité, mais le prix. Disons donc que la contenance, au même titre que la qualité, sont une partie intrinsèque de la définition du produit. En ce sens nous pouvons dire que dans le cas de ces deux types de conditionnement, la contenance est un *critère fixe de définition* et le prix un *critère variable de définition*. La dimension industrielle du produit oblige, d'une certaine façon, l'industriel à définir comme *fixe* la contenance. Les machines fabriquent des produits standards en terme de valeur d'usage. Mais cela n'empêchera pas l'industriel de faire le choix d'introduire un nouveau type de conditionnement – nous avons déjà donné l'exemple du 200 g – ou de jouer sur les conditionnements existant en réduisant faiblement un contenu déjà existant. Ceci a été observé avec les petits conditionnements d'une certaine marque qui sont passés de 22,5 g à 20 g tout en gardant le même prix. Mais dans tous les cas, ces changements créent un nouveau *critère fixe de définition* pour l'industriel qui a une temporalité plus longue que celle des produits aux conditionnements artisanaux (voir ci-dessous). Ce nouveau critère fixe n'est pourtant pas reconnu comme tel par le consommateur. Pour de si faibles variations sur de si petits conditionnements, le consommateur est généralement victime d'une illusion visuelle qui ne lui fait pas voir le changement de volume opéré pour un prix fixe. Le *critère fixe de définition* que nous attribuons au volume est donc relatif et dépend aussi de la taille du conditionnement. Mais il s'avère qu'en période de fortes variations du prix mondial de la poudre de lait, les industriels semblent préférer le changement de prix au changement de conditionnement.

Le critère de qualité du produit - c'est à dire en général ses propriétés gustatives, sa capacité à se mélanger avec de l'eau et son emballage – doit être considéré lui aussi généralement comme un *critère fixe de définition*. Mais cette qualité de la poudre n'est pas fixe dès le début de la production. Elle a sa temporalité propre, le temps pris par l'industriel pour trouver sa *recette spécifique* et l'emballage adéquat. Que se soit dans la transformation de produits frais ou dans la vente de poudre *instantanée*, tous les industriels ont mis en avant leur volonté de se démarquer de la concurrence et cela passe par la recherche d'un goût spécifique pour les produits de la marque et un « bon » emballage. C'est ce que nous a expliqué un directeur d'usine de conditionnement qui a cherché pendant plusieurs années la

recette spécifique de sa marque. Ce n'est qu'à partir de ce moment que la qualité de sa poudre apparaît comme une donnée standardisée, *un critère fixe de définition* du produit.

Un troisième type de conditionnement existe qui ne répond pas aux mêmes critères de définition du produit. Certains étalagistes et boutiquiers reconditionnent des sachets de poudre instantanée conditionnés industriellement en plus petits sachets de 25 ou 50 Fcfa. Dans ce cas, c'est le prix qui est le *critère fixe de définition*, il ne variera donc pas avec l'évolution du marché. En revanche, la quantité présente dans les sachets pourra varier. Ces produits n'existent donc que par leur prix, la quantité s'ajustant au gré du marché, mais aussi en fonction du bon vouloir du vendeur car il est plus facile pour le consommateur de comparer les prix de produits de même poids que le poids de produits de même prix. La qualité de la poudre n'est, dans ce cas, pas mise en avant sur l'emballage qui n'est rien d'autre qu'un petit sachet plastique. Le vendeur est donc dans une position dominante vis à vis de l'information sur ces produits. Reste à étudier la « moralité entrepreneuriale » du vendeur et la confiance entre ce dernier et ses clients pour savoir comment le vendeur use de cet avantage⁷³.

Il n'y a pas que la question du conditionnement qui définit les produits. Comme les poudres *regular*, les poudres *instantanées* sont de plusieurs *qualités*⁷⁴. Si le conditionnement est un gage de bon produit, c'est la différence de marque qui est le véritable critère de distinction.

Les premiers produits présents – historiquement parlant – sur le marché malien semblent les plus appréciés. Les poudres instantanées Laicran et Nido (Nestlé) sont considérées comme des poudres *instantanées* de première qualité renvoyant l'ensemble des autres poudres, malgré leurs différences, dans le même critère de seconde qualité. La poudre Nido, possède la particularité d'être en boîte en fer ce qui la place pour beaucoup au-dessus de la Laicran malgré le fait que cette dernière poudre est aujourd'hui disponible en boîte⁷⁵.

⁷³ Sur la qualité de la poudre, il semble qu'il suffit généralement de demander au boutiquier ou à l'étalagiste la marque de la poudre qui a servi de matière première à ses produits.

⁷⁴ Ici, l'usage du mot « qualité » peut être considéré comme d'usage indigène. Les maliens différencient beaucoup de produit en les séparant en différentes qualités. Si en France, les marques donnent une information sur la qualité du produit, au Mali on classe les marques – quand il y en a, et c'est bien là l'intérêt de la dénomination des produits par la distinction entre différentes qualités – dans une échelle de qualité. Pour la poudre de lait, il n'y a que deux niveaux de classification, première et deuxième qualité.

⁷⁵ Il faudrait étudier d'avantage le lien symbolique entre les deux types de poudre Laicran, *regular* et *instantanée*. Est-ce que chaque type de poudre Laicran s'est forgé sa propre réputation dans des sphères séparées

c *Les produits transformés*

Les produits laitiers frais que l'on trouve à Bamako sont quasi exclusivement fabriqués à partir de poudre de lait *regular*. Seul Mali-lait utilise en partie le lait produit localement pour la fabrication de ses produits laitiers. Sur les 4 à 7000 l/jr produit autour de Bamako quotidiennement, 4000 litres sont fournis à l'ancienne laiterie d'Etat.

Ces produits frais sont multiples : lait frais, lait caillé, yaourt, fènè, fromage frais ou dèguè⁷⁶. Le lait frais et le lait caillé sont les produits phares des laiteries industrielles ou semi-industrielles. Ils sont vendus en sachets plastique de 200 ou 180 g. Les yaourts ont une contenance plutôt uniforme (125 g), même si il est possible de trouver des yaourts de 300 g, 500 g voire des bouteilles de 1 Kg. Dans la transformation de la poudre en produit frais, la question de la qualité est aussi très importante. Les transformateurs, qu'ils soient industriels ou semi-industriels, essaient de se différencier les uns vis-à-vis des autres. Certains ont des places biens déterminées avec une qualité de produit *fixe*. Les petites laiteries semblent se définir en partie par rapport aux deux leaders du marché que sont Mali-lait et Yoplait. Un transformateur rencontré nous a donné ses critères de différenciation : le pH du produit et la texture du yaourt. Le monde de la transformation est, de plus, influencé par les représentations monétaires de la population. C'est ce qui a amené un transformateur à vendre son lait frais et son lait caillé dans des emballages de plus petite contenance. Cela lui permettait, à une certaine période, de vendre ses sachets à 100 Fcfa au consommateur. « 100 F, c'est une pièce » argumente-il. Ces principaux concurrents vendaient leur produit de même gamme 125 Fcfa avec une contenance légèrement supérieure. Cette politique de la contenance - permettant de jouer sur la valeur nominale du produit – s'appuie sur le raisonnement suivant. D'après cet industriel, les clients préfèrent acheter son produit moins cher que celui du concurrent – 100 Fcfa au lieu de 125 Fcfa – même s'il contient légèrement moins de lait – 180 g au lieu de 200 g – car avec les 25 Fcfa de différence il leur sera possible d'acheter un morceau de pain. Ces deux produits réunis équivalent pour certains consommateurs à un repas.

que seraient le monde la transformation et le monde de la consommation de poudre *instantanée* ou cette marque se serait-elle dans un premier temps fait connaître par son lait *instantané*, ce qui lui aurait permis ensuite de se diffuser sur le marché de la poudre *regular*, en gardant son statut de première qualité ?

⁷⁶ Le fènè est une sorte de crème fermentée dont le procédé technique change suivant les acteurs. Il est obtenu par mélange entre de la crème fraîche et du lait entier frais.

Le dèguè est lui un mélange de lait caillé et de mil. Il est produit à Bamako sous forme industrielle ou par les femmes transformatrices artisanales.

Mais les produits laitiers frais sont aussi produits artisanalement. C'est le cas du dèguè et du lait caillé. Fabriqués dans des calebasses par des femmes dans les rues de Bamako à partir de poudre de lait *regular*, ces produits sont définis non pas par leur volume mais par leur prix. Ces femmes vendent leurs produits dans de fins sachets plastique pour un montant décidé par l'acheteur. Nous retrouvons ici ce que nous avons dit sur la poudre reconditionnée artisanalement. Ici la quantité et le prix sont des *critères de définition variables*. La question du différentiel d'information se pose ici aussi. Comment une femme transformatrice de dèguè utilise-t-elle le monopole de l'information qu'elle possède sur le prix des matières premières et sur la quantité utilisée lors de la transformation ? Dans le cas de la poudre de lait *instantanée* conditionnée artisanalement, la déficience d'informations concerne principalement le poids. Dans le cas de la transformation artisanale, au manque d'informations sur la quantité vendue s'ajoute le manque d'information sur le processus de fabrication et surtout sur la quantité de la matière première incorporée. Nous pouvons donc légitimement nous poser la question du rôle de la réputation et de son corollaire, la confiance, pour expliquer le bon fonctionnement de cet échange marchand. Mais nous n'avons aucune réponse pour ce qui touche aux différentes transformations artisanales.

Le marché laitier malien est touché de plein fouet par les évolutions des prix mondiaux de la poudre de lait. Ces évolutions de prix prennent place dans un environnement social bamakois qui a ses propres règles. Nous venons de voir celles relatives aux produits, aux critères de définition de ces produits et la façon dont les acteurs, surtout les vendeurs, jouent avec ces critères en fonction des représentations sociales. Nous allons nous intéresser maintenant aux acteurs présents sur ce marché et aux règles qui régissent les échanges qu'ils tissent entre eux.

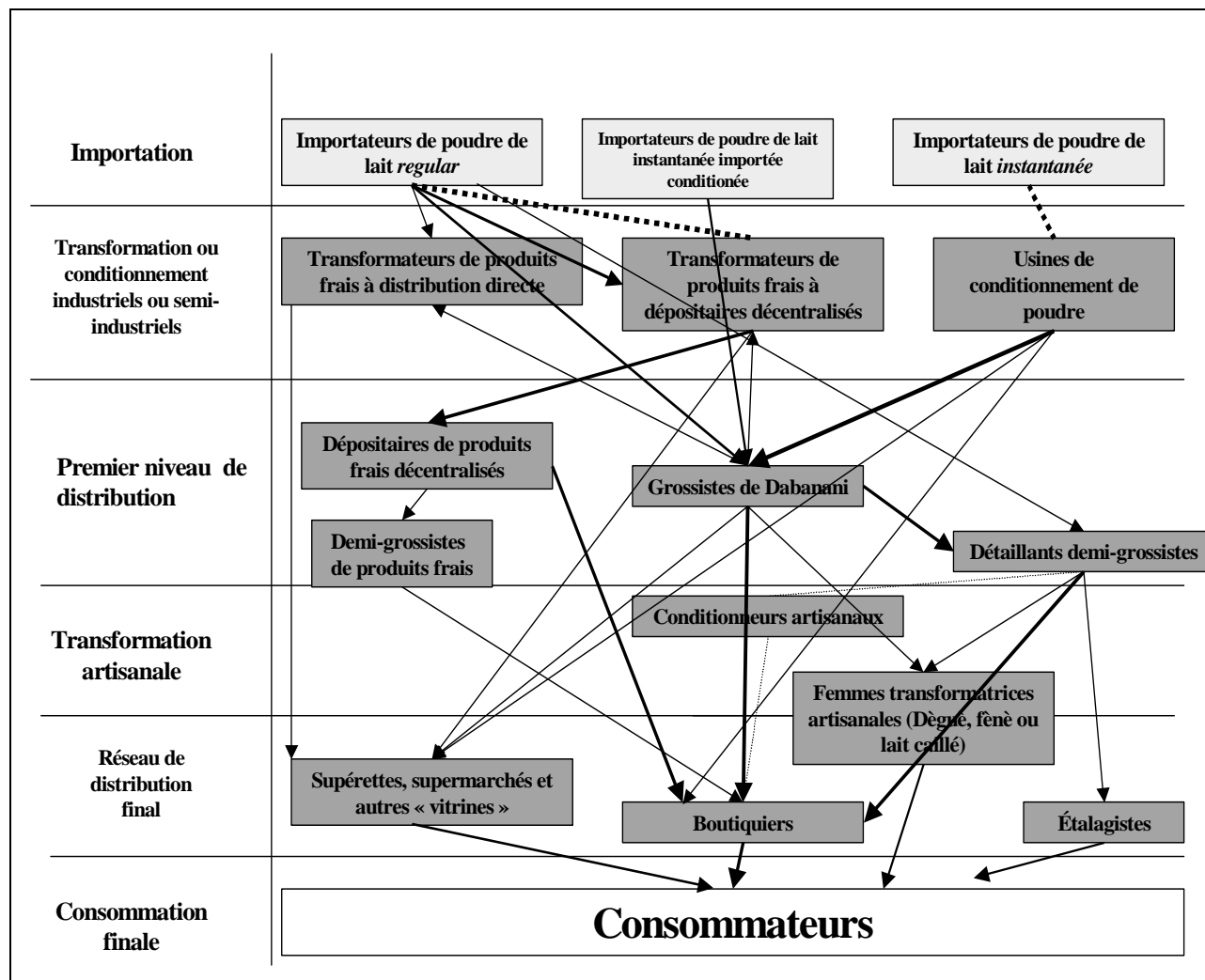
III Acteurs et dynamique du réseau de produits laitiers à base de poudre de lait à Bamako

Cette troisième partie a pour ambition de répondre aux deux questions constituant notre problématique : qui sont les acteurs travaillant avec des produits laitiers à base de poudre de lait ? Comment se règlent les échanges commerciaux concernant ces produits ? Pour répondre à ces questions, nous commencerons par décrire schématiquement le circuit de distribution des produits laitiers à base de poudre de lait et les acteurs présents dans ce circuit. Dans un deuxième temps, nous rendrons plus vivant ces échanges en analysant la forme des liens entre les acteurs de ce réseau. Ces liens peuvent être horizontaux - c'est à dire entre des personnes du même niveau de distribution - ou verticaux lorsqu'ils relient un acteur avec une personne située en amont ou en aval de sa position dans le réseau. Pour finir, nous étudierons, d'une façon non exhaustive, les « logiques d'acteurs » ou plus largement ce que nous avons défini dans la première partie sous le concept de *mentalités économiques*. Il s'agira ici d'essayer de comprendre les raisonnements économiques et les valeurs mises en avant par les différents types d'acteurs que nous aurons définis au préalable. Ce lien entre mentalités économiques et place dans le réseau ne devra pas être compris comme fixe. C'est aussi par l'évolution des mentalités et des comportements de quelques individus qu'il est possible de rendre compte de la dynamique de ce réseau.

A Présentation du réseau et des acteurs

Le premier objectif de notre stage était de connaître l'ensemble des types d'acteurs qui utilisaient des produits laitiers à base de poudre de lait à Bamako. Nous voulions donc savoir comment la poudre de lait importée à Bamako était diffusée, dans l'ensemble de la capitale malienne. Ce travail de dévoilement des acteurs travaillant avec de la poudre de lait a abouti à la construction d'un schéma présenté en 1. Nous essayerons d'expliciter notre classification dans la partie 2.

1 **Figure 5 : Schéma de distribution des produits laitiers à base de poudre de lait à Bamako**



Les flèches représentent des flux. Plus elles sont grasses, plus le volume échangé nous a semblé important. Les pointillés indiquent l'existence d'une similitude entre acteurs. Les « importateurs de poudre de lait instantanée » sont, par exemple, toujours « confondus » avec une usine de conditionnement. Pour le dire autrement, chaque usine de conditionnement importe sa poudre de lait instantanée en son nom. De la même façon, il n'existe pas distinctivement de conditionneurs artisanaux. Ils sont tous, soit détaillants « demi-grossistes », soit « boutiquiers ».

2 Explicitation des acteurs en présence

a *Une classification par le circuit de vente et par le « moment » du produit*

Pour construire ce schéma de la distribution des produits laitiers à base de poudre de lait, nous avons découpé le cheminement de ces produits, des importateurs aux consommateurs, en cinq *moments*, cinq étapes, que peuvent emprunter ces produits laitiers. Ces *moments* sont de deux types. Les produits laitiers étudiés peuvent passer par un ou plusieurs stades de transformation ou de conditionnement. Mais ils peuvent aussi passer par des stades de « pure » distribution. Dans ce cas, l'acteur de ce *moment* est ce que nous pourrions appeler un « distributeur spécialisé ». Comme nous le rappellent M-L. Allain et C. Chambolle, « la fonction première de la distribution est de mettre à la disposition des utilisateurs un assortiment de biens ou de services. Ce rôle peut être assumé par le producteur lui-même, de façon intégrée (...). En revanche, pour la plupart des biens destinés aux ménages, il est aujourd'hui délégué à des distributeurs spécialisés. »⁷⁷

Nous avons distingué les différents *moments* des produits en fonction du type de travail que l'acteur effectue sur le produit. Est-ce que le travail de la personne consiste principalement dans la distribution ou dans la transformation du produit laitier ? Ces *moments* ne sont pas des étapes obligatoires pour les poudres importées. Les produits peuvent être plus ou moins transformés et avoir une distribution au consommateur plus ou moins directe. La notion de *moment* est préférée à celle d'étape car elle nous semble être moins porteuse d'une image « schématique » ou linéaire. Elle réintroduit une dimension d'action que la notion d'étape ne nous semble pas refléter.

Le second critère choisi pour définir nos types d'acteurs est celui du circuit de distribution emprunté par les produits étudiés. En fonction de la forme prise par la poudre de lait – restée poudre ou devenue produit frais – elle n'utilisera pas, en général, le même circuit de distribution.

Le premier *moment* des produits étudiés est celui de l'importation. Le produit est ici de la poudre de lait qui peut être de deux qualités différentes, *instantanée* ou *regular*. Le travail des acteurs de ce *moment* relève du négoce international.

Le deuxième *moment* possible de la poudre importée est celui de la « transformation ou du conditionnement industriels ». La poudre changera ici de forme, soit par son

⁷⁷ ALLAIN M-L., CHAMBOLLE C., *Economie de la distribution*, La découverte, p.5.

conditionnement, soit par la forme du produit lui-même : passage de la forme poudre à celle de produit laitier frais.

Le troisième *moment* est celui du « premier niveau de distribution ». Les produits sont ici simplement transportés. Les acteurs de ce moment ont un travail d'intermédiaire mais aussi de garant de la qualité du produit en ce qui concerne les produits frais. Nous sommes à ce moment en présence de distributeurs spécialisés. Ce niveau correspond à celui des grossistes, intermédiaires entre les transformateurs et les commerçants-détaillants. Les acteurs de ce *moment* se différencient principalement par le type de produits distribués (poudre ou produit frais) ainsi que par le type de réseau utilisé pour l'écoulement de la marchandise : un réseau de grossistes décentralisé pour les produits frais et un lieu centralisé où se situe l'ensemble des grossistes de produits agro-alimentaires. Ce lieu est nommé « marché de Dabanani ».

Après ce premier *moment* de distribution, nous avons pu observer un second *moment* de transformation qui ne touche que les produits restés jusqu'à présent sous forme de poudre. Nous avons appelé ce *moment* celui de la « transformation artisanale ». La poudre n'y est pas transformée industriellement. Cette étape aboutit, comme la précédente, soit à un changement de conditionnement, soit à un changement de texture, la poudre devenant un produit frais : lait caillé, fènè ou dèguè.

Le dernier *moment* du produit dans ce réseau est celui de la distribution finale. Là aussi le principal travail des acteurs est de distribuer les produits tout en préservant au maximum leurs qualités.

Il ne faudrait pas oublier le *moment* de la consommation finale. S'il ne fait pas partie de l'étude, il nous faut tout de même dire qu'il correspond, à notre avis, au niveau de transformation le plus important dans l'histoire du produit « poudre de lait ».⁷⁸

⁷⁸ Comme nous l'avons souligné auparavant, l'analyse de la consommation demanderait une recherche propre, à la fois sur l'usage qui est fait de la poudre de lait et des produits laitiers à base de poudre de lait, mais aussi sur la vision subjective que les différentes populations consommant ces produits peuvent avoir de la poudre. Une des questions qui nous paraît importante est celle du moment et de la régularité de la consommation. Qui consomme de la poudre de lait ? Pour qui cette consommation est-elle régulière et inversement pour qui est-elle « exceptionnelle » ? Cette question de la consommation est à nos yeux primordiale pour connaître le statut donné aux produits laitiers par les différentes populations consommatrices.

b Deux principales filières de distribution en fonction du type de produit

Si le schéma de distribution des produits laitiers à base de poudre de lait nous montre une multitude de cheminements possibles pour la vente de ces produits à Bamako, nous pouvons tout de même dégager deux principaux circuits de distribution, l'un pour les produits frais à transformation industrielle, l'autre pour les sachets de poudre de lait instantanée. Ces deux circuits nous ont été présentés comme ayant une assise historique forte qui permet aux acteurs de ce réseau de nous parler de ces circuits de distribution comme d'entités concrètes.

Mais, nous nous devons d'ajouter qu'il est, à ce moment de nos recherches, impossible d'évaluer l'importance en volume des produits frais transformés artisanalement. Ce réseau de vente n'a pas été étudié spécifiquement. On peut supposer que ces produits ont un poids dans la consommation globale inférieur aux produits transformés et conditionnés industriellement. Mais est-ce vraiment le cas ? Est-ce que cette situation perdurera avec les évolutions des prix présentes et futures ?

Malgré cette hésitation, il nous faut maintenant décrire ce qui reste, pour nous, à ce jour, les deux principaux circuits de distribution.

i Le circuit principal de vente de poudre de lait instantanée

La poudre de lait *instantanée* n'existe sur le marché que sous conditionnement industriel. Les usines de conditionnement importent en leur nom cette poudre. Par exemple, l'usine de conditionnement COTIM ensache la poudre instantanée sous la marque Laicran. C'est aussi le cas de NIMA, SICOMA ou SODEMA qui conditionnent respectivement les poudres des marques Kosam⁷⁹, Vivalait et Nono Barkama. La situation de Disnepal – distributeur des produits de la marque Incolac – est un peu différente puisque cette entreprise ne conditionne pas son produit au Mali mais l'importe déjà ensachée. SOMAKOFF est dans le même cas de figure pour les boîtes de lait en poudre de la marque Nido (Nestlé). Ces deux derniers importateurs font partie du type « importateurs de poudre de lait instantanée importée conditionnée ».

Ces entreprises empruntent toutes le même circuit de distribution pour leurs ventes effectuées à Bamako. Leurs produits sont vendus à des grossistes de produits alimentaires situés dans un marché central de la ville dénommé « marché de Dabanani ». Ces grossistes

⁷⁹ Il faut noter que NIMA et COTIM importent en partie un même type de poudre fourni par Lactalis (France), du lait instantanée Laicran.

sont le débouché d'au moins 80 % - ce chiffre dépendant des marques – des cartons de poudre vendus par les usines concernées. Cette proportion se rapproche le plus souvent de 100 % des ventes de sachets de poudre de lait vendu à Bamako. Le reste des ventes se fait par une distribution directe faite en camionnettes aux points de vente de détail, généralement aux grosses boutiques d'alimentation ainsi qu'aux « supermarchés ». Ces grossistes de Dabanani vendent par la suite directement leurs cartons à des « demi-grossistes détaillants » situés au sein même de ce marché ou disséminés dans les autres quartiers de Bamako.

Ces demi-grossistes distribuent, pour finir, les cartons aux boutiquiers et aux étalagistes avant que les sachets ne soient revendus à l'unité aux consommateurs.

Le circuit que nous venons de décrire n'est pas figé. Il est possible, par exemple, pour un boutiquier de venir chez un grossiste pour acheter un seul carton. En ce sens ce grossiste serait lui aussi un détaillant puisqu'il vend ses produits – des cartons – à l'unité alors qu'il ne vend habituellement pas en dessous de dix cartons. Mais, dans ce cas, la vente de cartons s'effectue à un prix supérieur. Le boutiquier préfère donc se fournir au plus près de sa boutique, chez un demi-grossiste^{80 81}.

ii Le circuit principal de vente des produits frais

En ce qui concerne les produits frais fabriqués industriellement, le circuit principal de distribution repose sur un réseau de dépositaires dispersés dans tous les quartiers de la ville. Les trois laiteries utilisant ce réseau, Mali-lait, Yoplait et Diaby lait, livrent quotidiennement ces dépôts. Les grossistes de produits frais fournissent dans la même journée leurs clients boutiquiers à l'aide de livreurs en vélo ou en moto.

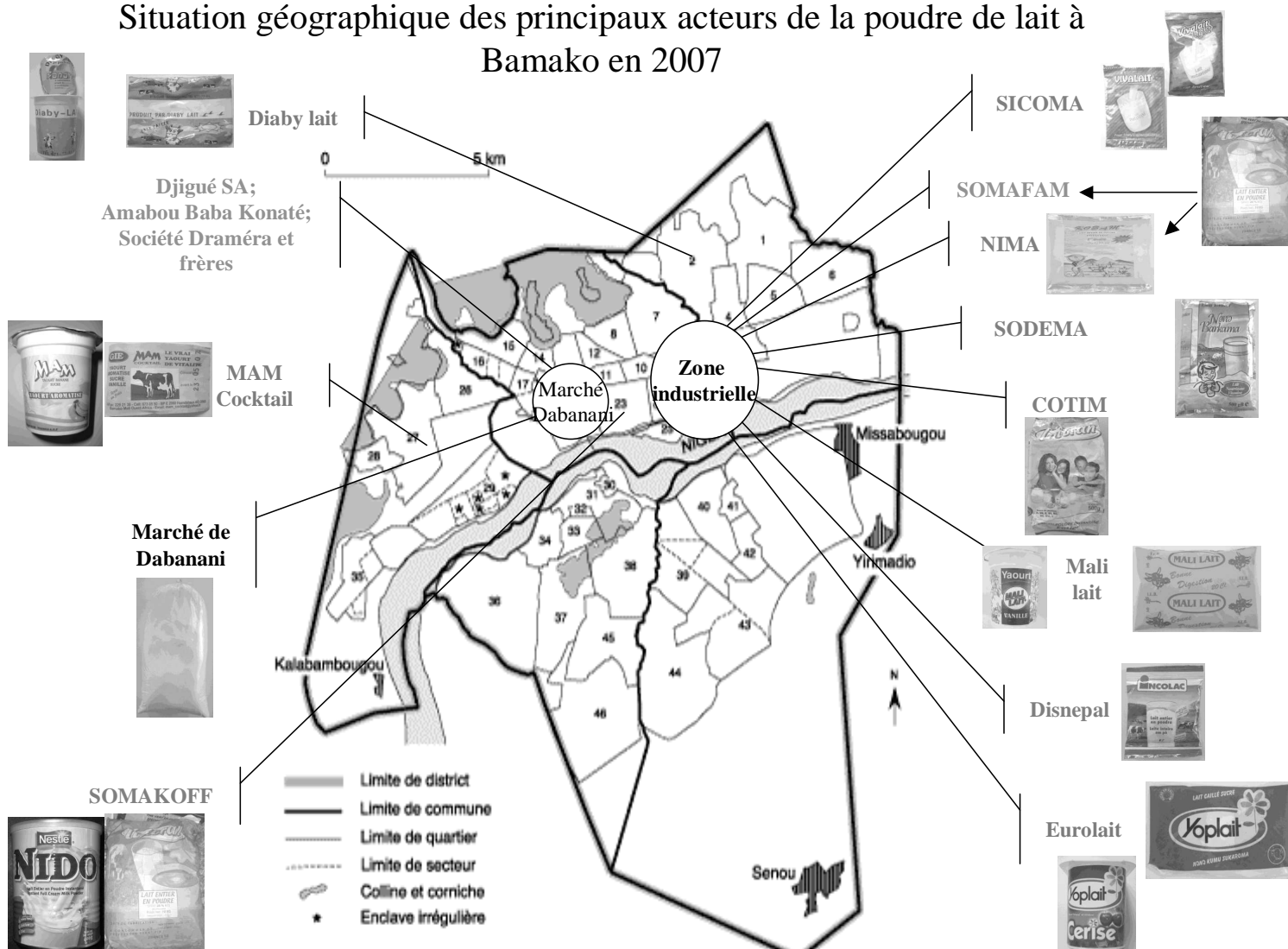
Ce circuit de distribution a été mis en place en 1969, dès la création de l'ULB (Union Laitière de Bamako). Il semble, d'après l'ensemble des entretiens effectués auprès des dépositaires, que depuis la privatisation de l'ULB en 1995 - dès lors appelée Mali-lait S.A - le nombre de dépositaires se soit envolé. Ils seraient aujourd'hui plus de 200, disséminés dans la capitale malienne.

⁸⁰ Nous avons rencontré un boutiquier qui, pourtant éloigné de Dabanani, venait se fournir au marché central. Il faudrait ici se poser la question des coûts de transport que les demi-grossistes des quartiers répercutent sur les prix de vente des cartons pour savoir quel intérêt avait ce boutiquier à aller se fournir au centre de la ville.

⁸¹ Voir la partie « Une définition des acteurs par eux même : à chacun son métier ».

c *Carte 3 : Situation géographique des principaux acteurs de la poudre de lait à Bamako en 2007*

Situation géographique des principaux acteurs de la poudre de lait à Bamako en 2007



d *Les acteurs au niveau des importations*

Les importateurs de lait en poudre étaient, pour nous, les acteurs plus importants à rencontrer compte tenu de notre méconnaissance à leurs égards. Ces acteurs ont un travail de négoce au niveau international. Pour certains d'entre eux, le négoce ne représente qu'une partie de leurs activités. C'est, par exemple, le cas des usines de conditionnement de poudre de lait instantanée qui importent elles-mêmes leurs matières premières. Ce travail de lien avec le fournisseur nous étant présenté comme une activité spécifique – ce qui était d'autant plus vrai pendant notre enquête, période de difficulté d'approvisionnement –, nous avons choisi de faire apparaître ce travail dans le *moment* des importations.

Nous avons décidé de distinguer les acteurs de ce *moment* en trois types, en fonction du produit importé. Chaque produit aura une destinée spécifique suivant sa spécificité.

i Les importateurs de poudre de lait *regular*

Le premier de ces trois types est « l'importateur de poudre de lait *regular* ». Comme nous l'avons déjà souligné, cette poudre a comme finalité théorique de servir à la transformation, ce qui est généralement le cas. Nous pourrions créer des sous-divisions dans cette catégorie d'acteurs en distinguant les importateurs de poudre de lait *regular* qui sont liés à une usine de transformation et ceux vendant des sacs en vrac sur le marché de Bamako. La première sous-catégorie est constituée uniquement de Mali-lait et Yoplait qui importent en leur nom une grande partie de leur matière première. Mais il existe aussi des importateurs que nous pouvons qualifier de « diversifiés » car la poudre de lait n'est qu'un produit parmi une multitude de marchandises importées. Ce type d'acteurs n'est, de plus, pas lié spécifiquement à une usine de transformation. Les commerçants qui constituent ce sous-type peuvent revendre leur poudre à des transformateurs, industriels ou artisanaux, mais aussi aux grossistes de Dabanani.

ii Les importateurs de poudre de lait instantanée importée conditionnée

Les « importateurs de poudre de lait instantanée importée conditionnée » importent des produits finis prêts à la consommation finale. Ils ne sont donc pas en lien avec des usines de conditionnement. Leurs clients sont en majorité les grossistes de Dabanani comme dans le cas des usines de conditionnement. Trois acteurs dominent cette catégorie : SOMAKOFF, qui importe la poudre de lait de la marque Nido, DISNEPAL, qui importe les produits de la marque Incolac, et Djigué SA, qui importe les boîtes de poudre de lait de la marque France-lait. SOMAKOFF et Digué SA importent une large variété de produits en grande partie alimentaires. Ils ne nous ont pas montré un attachement spécifique aux produits laitiers dont ils sont pourtant les distributeurs exclusifs pour les différentes marques précédemment citées. La situation est tout autre pour DISNEPAL, dont le seul métier est la distribution sur le territoire du Mali des produits de la marque Incolac ou Inco (sacs en vrac de poudre de lait de 25 Kg). L'identification à la marque est dans ce cas totale. DISNEPAL *est* Incolac.

iii Les importateurs de poudre de lait instantanée conditionnée en « vrac »

Les « importateurs de poudre de lait instantané conditionnée en vrac » sont - comme les usines de transformation industrielle pour la poudre de lait *regular* - des usines qui

important elles-mêmes leurs matières premières. Le travail est toujours ici un travail de négoce⁸². Les produits importés sont généralement des sacs de 25 ou 50 kg de poudre de lait instantanée qui seront par la suite re-conditionnés. COTIM, NIMA, SICOMA sont des acteurs constituant ce type. Ces importateurs conditionnent leur poudre instantanée dans leurs usines sous leur marque respective : Laicran, Kosam et Vivalait.

e Les acteurs au niveau de la transformation et du conditionnement industriels

Lors de ce que nous avons appelé le deuxième *moment* du produit, la poudre de lait subit un changement de forme, soit de son conditionnement, soit de sa « texture ». Les acteurs de ce *moment* sont donc conditionneurs ou transformateurs, industriels ou semi-industriels. Notre intérêt pour les réseaux de distribution des différents produits nous a incités à séparer « les transformateurs à distribution directe » des « transformateurs de produits frais à dépositaires décentralisés ».

Ce *moment* de la poudre nous est apparu très concurrentiel, que se soit entre les différentes poudres instantanées ou entre les laiteries. Chacun nous a expliqué, avec plus ou moins de précision, sa stratégie de positionnement sur son marché. La qualité de la poudre et celle de l'emballage peuvent servir de critères de différenciation dans le cas des poudres instantanées : la texture du yaourt, le pH ou l'emballage sont les critères mis en avant en ce qui concerne les produits frais. Il ne faut pas oublier le critère du prix éminemment important quel que soit le produit laitier.

i Les transformateurs de produits frais à distribution directe

Les « transformateurs de produits frais à distribution directe » sont de petites laiteries qui vendent leurs produits principalement à Bamako. Il existe au moins une dizaine d'acteurs qui pourraient entrer dans cette catégorie. Nous pouvons citer comme exemples les laiteries Aïcha lait, Jakeba ou Mina lait, mais aussi MAM cocktails et Harry Delice. Elles ont, en général, une production journalière qui ne dépasse pas 3000 l/jr.

⁸² Comme dans le cas des laiteries industrielles, le travail spécifique de négoce est marqué dans les usines de conditionnement par la présence d'un directeur commercial spécialisé dans la fourniture de matière première. Une division du travail s'opère donc entre les relations marchandes en amont et les relations marchandes en aval.

Ces mini-laiteries fabriquent divers produits laitiers. Les plus courants sont les yaourts, le lait frais et le lait caillé. Des innovations peuvent être apportées. Par exemple, en ce qui concerne la texture du yaourt ou les arômes présents dans les différents produits. Certaines mini-laiteries essaient aussi de produire des produits auparavant jamais fabriqués industriellement. C'est par exemple le cas du dèguè MAM cocktail.

Nous avons caractérisé ces transformateurs d'acteurs à distribution directe car ils ne vendent pas leurs produits par l'intermédiaire de grossistes. Ils livrent directement leurs produits aux points de vente. La distribution est dans ce cas intégrée à la production. Deux raisons nous ont été données pour justifier de ce mode de distribution. Premièrement, une raison qui tient à la volonté de garder intacte la qualité des produits. Le système de dépositaires de produits frais ne paraît pour certains pas digne de confiance. Cet argument, s'il est recevable, compte-tenu de la fragilité de la chaîne du froid, participe d'un discours assez général sur la qualité des produits. Nous ne pouvons pas omettre l'hypothèse que ce discours « cache » d'autres raisons de ne pas utiliser ce circuit de distribution. On peut, par exemple, faire l'hypothèse que ces mini-laiteries n'ont que de faibles connaissances du réseau de distribution utilisé par les deux laiteries industrielles et retournent cette ignorance en vertu pour insister sur la qualité de leurs produits. Cette analyse n'est pour l'instant qu'une hypothèse appuyée sur un entretien réalisé auprès d'un directeur de mini-laiterie qui ne connaissait pas le circuit de distribution des dépositaires décentralisés.

ii Les transformateurs de produits frais à dépositaires décentralisés

« Les transformateurs de produits frais à dépositaires décentralisés » sont principalement les deux laiteries industrielles présentes à Bamako, Mali-lait et Yoplait (entre 10 000 et 20 000 l/jour). La mini-laiterie Diaby lait (entre 2 000 et 4 000 l/jour) utilise aussi ce circuit de distribution mais son volume de production n'est pas comparable à celui des deux laiteries précitées.

Ce réseau semble avoir été mis en place dès la création de l'ULB – l'Union Laitière de Bamako devenu aujourd'hui l'ILB, l'usine distributrice des produits Mali-lait – en 1969.

Ces usines travaillent principalement avec de la poudre de lait importée. Seules Mali-lait – et, dans une proportion beaucoup moins importante, Yoplait – utilisent du lait local pour leurs produits frais.

Les trois usines en question vendent aussi directement leurs produits à certaines « alimentations » ou « vitrines » de Bamako. Mais ces ventes ne sont rien en comparaison du volume distribué par leur réseau de dépositaires.

iii Usine de conditionnement de poudre

La poudre de lait importée n'est pas transformée uniquement en produits frais. Elle est principalement re-conditionnée industriellement en sachets. Ces usines de conditionnement sont d'importances diverses. Malgré des difficultés pour connaître le poids de chacun des acteurs, nous pouvons classer les principales marques de poudre par importance de vente. L'ensemble des acteurs rencontrés considère que les produits distribués par SICOMA sont les plus vendus sur le marché de la poudre de lait instantanée. Les sachets Laicran seraient seconds devant les boîtes de poudre Nido. Viendraient ensuite les poudres Incolac et Kosam, puis quelques poudres qui viennent d'être introduites sur le marché comme Nono Barkama.

Ces usines ont, comme matière première, des sacs de poudre de lait instantanée et des sachets pour le conditionnement. Ce conditionnement est en partie automatisé.

f Les acteurs au premier niveau de distribution

Si tous les acteurs ont une fonction de distribution, puisque chacun essaie de vendre ses produits, ceux au premier niveau de distribution ont comme spécificité de distribuer des produits différents venant de fournisseurs divers. Ils ont donc comme avantage pour leurs clients de leur limiter les coûts de transport, voire de les inclure dans le prix -dans le cas des produits frais distribué par les dépositaires.

Appeler ce *moment* le premier niveau de distribution peut sembler paradoxal lorsque l'on sait que les grossistes de Dabanani ne se déplacent jamais, ni pour se fournir en marchandise, ni pour livrer leurs clients. Il faut entendre ici « distribution » dans un sens proche de celui donné à ce mot dans « grande distribution ». Comme nous le rappellent les auteurs d'*Economie de la distribution*, l'une des sources de la valeur ajoutée de la distribution est de mettre à disposition en un même lieu – ou de distribuer en même temps – un ensemble de produit.⁸³

i Dépositaires de produits frais décentralisés

⁸³ ALLAIN M-L., CHAMBOLLE C., *op. cit.*, p.9.

Ces dépositaires nous ont montré un attachement important aux produits qu'ils vendent. Pour la plupart, ils se sentent appartenir à la filière lait de Bamako. Ils ont un fort souci de préserver la qualité des produits frais, souci accentué par le poids économique que représentent pour eux les pertes. Les sachets troués ou « gâtés » sont dans la plupart des cas des pertes nettes pour les dépositaires. La gestion de ces problèmes de conservation par les laiteries est la principale source de mécontentement des dépositaires. Si Yoplait semble plus enclin à rembourser les sachets posant problèmes, Mali-lait SA ne rembourse aucun de ses produits défectueux. En tout cas, ce remboursement nous est présenté comme très compliqué à obtenir.

Avant de décrire le travail de ces dépositaires, il nous faut expliciter rapidement l'usage du crédit dans ce système de distribution. Nous reviendrons sur le rôle du crédit dans cette filière plus tard, mais celui-ci étant structurant pour le travail de ces acteurs, nous devons le présenter rapidement. Les marchandises distribuées par les laiteries concernées par ce réseau sont, dans la très grande majorité des cas, vendues à crédit aux dépositaires. Ces derniers vendent eux aussi les marchandises à crédit aux boutiquiers. Après avoir vendu les sachets de lait au consommateur final, les boutiquiers peuvent rembourser les dépositaires qui remboursent, à leur tour, les laiteries. Ce circuit monétaire n'est pas sans conséquence dans l'organisation de la journée de travail du dépositaire.

Le travail de ces dépositaires est assez uniforme, même s'il y a quelques variations suivant les acteurs. Dans la situation majoritaire, celle qui nous a été présentée aussi comme la plus ancienne, le travail du dépositaire se décompose en quatre étapes. Dès son réveil, le dépositaire rend visite, seul ou à l'aide de ses livreurs, à l'ensemble de ses clients. Il récupère l'argent des ventes de la veille et note ou estime la quantité de lait dont chaque client aura besoin pour la journée. Le dépositaire peut ensuite passer commande auprès des laiteries. Ces dernières livrent ensuite chacun des clients à l'aide de livreurs en camionnettes. Après réception de la marchandise, le dépositaire livre les produits laitiers aux boutiquiers. Il est généralement aidé dans cette tâche par un ou plusieurs livreurs qui distribuent les produits frais en vélo ou en moto.

Des variantes de cette organisation journalière existent. Il existe des dépositaires qui ont choisi de ne pas livrer leurs produits laitiers. Ils vendraient par conséquent leurs produits moins cher. Nous avons aussi rencontré un dépositaire qui, sans livrer les produits laitiers

frais, vend son lait au même prix que ses homologues livrant la marchandise aux boutiquiers⁸⁴. Des variantes existent aussi dans l'organisation de la journée de travail.

ii Demi-grossistes de produits frais

Nous n'avons pas réussi à rencontrer ces protagonistes de la distribution des produits frais. Mais les dépositaires rencontrés nous ont affirmé leur existence, même s'ils seraient en nombre restreint. Ils se fournissent chez les dépositaires précédemment présentés. De part leur volume d'achat, ils ont droit à un prix plus avantageux que celui octroyé aux boutiquiers. Prenons l'exemple du lait caillé Mali-lait. Un litre de ce lait caillé est vendu 600 Fcfa aux dépositaires. Ces derniers le revendent 625 Fcfa aux demi-grossistes et 650 Fcfa aux boutiquiers.

Il serait intéressant de savoir comment de tels acteurs trouvent leur place dans le maillage des dépositaires. Leurs clients sont-ils si inaccessibles que cela pour les dépositaires ? Pourquoi n'essayent-ils pas eux-mêmes de devenir dépositaires pour avoir une meilleure marge ? Peut-être est-ce le fait de devenir dépositaire qui leur a été refusé par les laiteries ? Peut-être cette activité de demi-grossiste n'est-elle pour eux qu'un complément de revenu, leur activité principale étant d'une autre nature - comme c'est d'ailleurs le cas pour certains dépositaires ?

iii Les grossistes de Dabanani

Le marché de Dabanani est situé en plein centre-ville. Il semblerait que dix de ces grossistes détiennent quasiment l'ensemble du volume de poudre de lait à ce niveau de distribution⁸⁵.

Ces grossistes gèrent une grosse boutique qui leur sert à la fois d'entrepôt et de lieu de vente. Ils vendent de multiples produits : du thé, de la tomate concentrée, du savon en poudre, de la poudre de lait... La définition du grossiste par les entreprises de conditionnement semble spécifique à chaque entreprise. Une usine vend à « prix grossistes » à partir de 50

⁸⁴ Il nous faudrait essayer de savoir comment cette situation peut être possible. Pourquoi les clients de ce dépositaire ne vont-ils pas se fournir chez un fournisseur qui livre pour le même prix ?

⁸⁵ Savoir visuellement si l'on a affaire à un grossiste ou à un demi-grossiste est presque impossible. Les boutiques sont de taille plus ou moins importante et il est dans certains cas difficile de pouvoir parler avec les gérants. Ces boutiques ne désemplissent pas de la journée. Connaître leur volume de vente n'est donc pas une chose facile.

cartons quand une autre le fait à partir de 100 cartons. Mais les dix plus gros grossistes semblent acheter généralement plusieurs centaines de cartons de sachets de poudre de lait par commande et la rotation de la marchandise semble assez rapide.

Ces grossistes vendent aussi des sacs en vrac de 10 et 25 kg de poudre de lait *regular* avec, là aussi, une stratification des prix en fonction des quantités achetées.

iv Détaillants semi-grossistes

Les acteurs de ce type rencontrés étaient situés, eux aussi, dans le marché de Dabanani. Mais, ils sont aussi présents dans les différents quartiers de Bamako ou en province. Ils se fournissent en grande majorité chez les grossistes de Dabanani même si nous avons su que certains achetaient leurs marchandises directement aux usines.

Nous avons dénommé ces acteurs comme étant des détaillants car, outre des cartons, ils vendent des sachets de poudre de lait instantanée à l'unité⁸⁶.

Ils vendent par ailleurs des sacs en vrac de poudre de lait *regular* 25 Kg ou 10 Kg dans le cas de la poudre *regular* Laicran. Ces sacs sont généralement vendus à des femmes transformatrices artisanales, à des petites laiteries ou directement à des particuliers. Pour le détaillant demi-grossiste rencontré, ses principaux clients sont des femmes transformatrices artisanales. Outre cette vente de sac en vrac, ce type d'acteurs peut aussi participer au second niveau de transformation, la transformation artisanale. L'un de ces demi-grossistes rencontré reconditionnait des sacs de poudre *regular* en sachets de 1 kg, pour les poudres de deuxième qualité, ou en sachets de 500 g, pour ceux conditionnés à partir d'un sac de Laicran *regular* 10 Kg.

g *Au second niveau de transformation*

Comme dans le cas de la transformation industrielle, la transformation artisanale peut prendre deux formes. La poudre de lait peut changer de conditionnement ou devenir un produit laitier frais.

⁸⁶ Nous n'avons pas comparé directement les prix de ces demi-grossistes et les prix en boutique. Vu la forte variation des prix au moment de notre stage, il aurait fallu faire cette comparaison au même moment. Vu le respect que chaque acteur a pour le métier des autres (voir III, 4), ces boutiquiers devraient donc vendre les sachets à l'unité au même prix qu'en boutique pour ne pas faire de concurrence à leur propre client, les boutiquiers. Il y a, pour eux, un intérêt supplémentaire à agir de la sorte puisque ; en plus de ne pas faire concurrence aux boutiquiers, vendre à ce prix leur procure des marges supplémentaires.

i Les conditionneurs artisanaux

Trois types d'acteurs pratiquent le conditionnement artisanal : Les détaillants demi-grossistes, les boutiquiers, mais surtout les étalagistes qui reconditionnent des sachets de poudre instantanée à conditionnement industriel en petits sachets de 25 ou 50 Fcfa. Ce reconditionnement leur permet de gagner 100 Fcfa de plus par sachet vendu ce qui peut correspondre pour certains à un triplement de leurs marges.

ii Les femmes transformatrices artisanales

Ces femmes sont des actrices importantes de la diffusion de la poudre de lait à Bamako. Elles transforment du lait en poudre dans des calebasses sur le bord des routes. Elles se fournissent en poudre de lait *regular*, soit directement aux grossistes, soit aux demi-grossistes détaillants. Ce type d'acteurs est très hétérogène. Certaines femmes se fournissent en sachets d'1 kg auprès de demi-grossistes, d'autres achètent des sacs en vrac en entier, c'est à dire des sacs de 25 Kg. Comme nous l'avons déjà souligné, certaines d'entre elles peuvent acheter jusqu'à 40 sacs (une tonne) par semaine. Ce chiffre laisse présager d'une certaine forme de regroupement entre transformatrices⁸⁷.

h *Au second niveau de distribution*

Après un premier niveau de distribution qui correspond pour une part à un *moment* de centralisation des produits laitiers, pour une autre part à un *moment* de décentralisation, ce second niveau de distribution est un *moment* de diffusion décentralisée des marchandises dans l'ensemble de la capitale malienne. Nous retrouvons dans ce cas un pur travail de distribution.

Deux critères différencient les acteurs de ce *moment* : leur nombre et le type de produits laitiers qu'ils vendent.

i Les femmes transformatrices artisanales

Les femmes transformatrices artisanales appartiennent à ce second niveau de distribution en raison de leurs liens directs avec les consommateurs. Nous avons constaté

⁸⁷ Combien y a-t-il de femmes qui peuvent acheter une telle quantité ? Quel est le poids de cette transformation artisanale sur le marché de la poudre de lait à Bamako ? Est-ce que ce sont des achats groupés ? Comment sont-ils alors organisés ? Ces questions restent en suspens. Mais pour avoir une vision exhaustive du marché du lait à Bamako, il faudrait entreprendre une étude spécifique sur ce métier de transformatrices et du poids de celles-ci dans le réseau de distribution des produits laitiers à base de poudre de lait.

qu'elles transformaient la poudre de lait directement sur le lieu de vente, c'est à dire dans les rues de Bamako. Le lieu de production et de vente n'est pas fixe, ces femmes pouvant se déplacer pendant la journée pour rechercher la clientèle. Pour Metzger et al., ce type de consommation de poudre de lait « est sans doute une des formes majeures de consommation de la poudre dans cette région (l'Afrique de l'Ouest). »⁸⁸

ii Supérettes, supermarchés et autres « vitrines »

Ces lieux de vente correspondent aux enseignes que l'on pourrait considérer comme de présentation « occidentale ». Les plus importantes possèdent un rayon frais et un rayon charcuterie-fromage à la coupe. En ce qui concerne les supermarchés et les supérettes, ils sont généralement gérés par des « Libanais »⁸⁹. Ce type d'acteurs peut aussi recevoir l'appellation d'« alimentation » ou de « vitrine ». Certaines stations service appartiennent à cette catégorie.

Ces commerces distribuent des produits frais de différentes laiteries mais vendent rarement des sachets de lait frais ou de lait caillé. Ces acteurs proposent aussi à leurs clients de la poudre de lait, généralement en boîte (Nido, France lait, Laicran ou Jago) mais aussi en sachet de 400 ou 500 g.

iii Les boutiquiers

Les boutiquiers seraient entre 4 000 et 5 000, quadrillant l'ensemble de la ville au point qu'il est difficile de faire 200 mètres sans avoir accès à l'un de ces commerces.

Ces boutiques sont de différentes tailles rendant parfois difficile leur différenciation avec certaines alimentations. Elles possèdent généralement un réfrigérateur pour le stockage des boissons et des produits laitiers. Les boutiquiers vendent des produits frais de différentes mini-laiteries et laiteries industrielles. Leurs produits phares sont les sachets de lait frais ou lait caillé. Pour les produits frais, les boutiquiers sont fournis par les dépositaires, pour les produits Mali-lait, Yoplait et Diaby-lait, ou par des livreurs en camionnette pour les autres laiteries de la ville. Mais ils n'ont en général que des produits des laiteries à dépositaires décentralisés.

⁸⁸ METGZER et al., *op. cit.* p.61.

⁸⁹ De nationalité libanaise ou seulement d'origine libanaise, ces acteurs se définissent et sont définis comme tels.

Les boutiquiers vendent aussi de la poudre de lait instantanée. Ils ont généralement un assortiment assez vaste de marques de poudre de lait, quand celle-ci est disponible. Les boutiques disposent en outre de sachets de petite taille généralement exposés au niveau de la caisse.

iv Les étalagistes

Un étalage est une sorte de petite boutique mobile. Les étalagistes ne possèdent pas de réfrigérateur - ils ne proposent donc pas de produits frais - et ne vendent généralement que de la poudre de lait instantanée dans ses plus petits conditionnements - ceux autour de 20 g ou des sachets de 25 ou 50 Fcfa. Il existe bien sûr des exceptions. Ils vendent, par exemple, souvent des boîtes de poudre Nido qui nous ont été présentées comme des produits d'appel pour toucher de nouveaux clients.

3 Une définition des acteurs par eux-mêmes

Ce paragraphe a pour objectif de montrer que la dénomination que les acteurs se donnent au sein du réseau - le métier qui leur est reconnu au sein du circuit de distribution - a un impact sur les relations commerciales et la formation des prix. Le statut reconnu à chacun, se construit à partir de deux critères : la quantité achetée et le prix payé. Plus la quantité d'achat est élevée, plus on a de chance d'obtenir un meilleur prix unitaire. Mais nous verrons que cette relation quantité/prix n'est pas fixe. Le statut de « grossiste » ne dépend pas seulement de la quantité achetée. Il est possible d'obtenir un « prix grossiste » sans avoir acheté la quantité normalement nécessaire pour obtenir un tel prix. « Grossiste » ne correspond donc pas uniquement à un prix ou une quantité achetée. Le qualificatif de « grossiste » est aussi un statut reconnu au sein du réseau qui n'est pas renégocié à chaque transaction marchande et qui porte en lui certains droits (dans ce cas, un prix unitaire qui peut être déconnecté de la quantité achetée). Ce statut est aussi une marque de reconnaissance du métier de chacun par les autres protagonistes de la distribution.

a *Reconnaissance de l'autre par les prix et les quantités*

Cette description du statut s'applique aussi bien au réseau de distribution des produits laitiers frais qu'à celui de la poudre de lait. En règle générale, la quantité achetée définit le prix unitaire de vente et le statut des acteurs. Cette définition par les quantités achetées dépend des rapports quantité/prix définis par chaque vendeur. Chacun construit sa propre

stratification des prix. Si l'on prend l'exemple de la poudre de lait instantanée, toutes les usines de conditionnement ne définissent pas le « grossiste » par la même quantité d'achat. Pour certains, un « grossiste » achète au-dessus de 200 cartons. Pour d'autres, est « grossiste » celui qui achète plus de 50 cartons⁹⁰. Les demi-grossistes peuvent se fournir tout de même directement à l'usine de conditionnement. Mais dans ce cas, ils n'auront pas droit au même prix unitaire.

La même stratification des prix existe dans le réseau des produits laitiers frais à distribution décentralisée. Ici, la différence de prix n'est pas définie par une différence de quantités achetées entre grossistes et demi-grossistes mais par l'octroi du statut de dépositaire – ou grossiste, les deux termes sont équivalents – par les laiteries qui utilisent ce réseau de distribution. Il existe, dans ce cas, un prix pour les dépositaires et un prix pour les détaillants. Le réseau de dépositaires est, de fait, respecté puisque aucun acteur en aval de leur position ne peut vendre de produits frais à un prix inférieur à leurs prix de vente. Le prix d'achat des détaillants est homogène quelle que soit la quantité achetée et aucun « détaillant » n'est aussi « grossiste ». Le métier de dépositaire est donc reconnu par les laiteries comme spécifique : « à chacun son métier ».

Inversement, les dépositaires ne font pas de concurrence aux détaillants sur les prix à l'unité. Lorsqu'ils vendent du lait au détail, ils pratiquent les prix qu'ils observent chez les détaillants. La reconnaissance des métiers s'effectue donc dans les deux sens.

b Respect du métier de chaque acteur

Le réseau de distribution des produits laitiers frais à dépositaires décentralisés est celui qui nous montre le mieux cette reconnaissance du rôle de chacun dans la distribution. Une stratification des prix y est pratiquée par les laiteries séparant les grossistes de produits frais des détaillants fournis directement. Le but de cette stratification nous a été clairement présenté par les laiteries utilisant ce réseau : ne pas créer de concurrence directe entre ces deux types de clients. En ne vendant jamais leurs produits en dessous du « prix de vente dépositaire » et toujours à un prix supérieur pour l'autre type de clients, les laiteries reconnaissent, de facto, le rôle d'intermédiaire de ces grossistes. Comme le souligne un directeur de laiterie, le réseau de

⁹⁰ Par contre, un même fournisseur semble avoir le même critère de définition du grossiste pour l'ensemble de ses clients. La différence entre les clients pourra par contre se jouer sur la forme que prend la transaction marchande comme nous le verrons plus loin.

dépositaires a l'avantage considérable de pouvoir distribuer les produits dans l'ensemble de la ville. Il faut donc en partie le protéger de la concurrence.

Le respect du réseau des dépositaires - basé sur une stratification des prix - doit aussi être considéré comme un signe du pouvoir de pression de ce réseau sur les laiteries. Supprimer ce « prix dépositaire » pourrait avoir des conséquences désastreuses sur les ventes. Ce respect est donc aussi une forme d'obligation économique. La distribution directe ne sert qu'à palier les manquements du réseau des dépositaires⁹¹. Mais elle procure aussi un double avantage. La distribution directe offre des marges supplémentaires sur les produits⁹². Elle peut aussi rééquilibrer le pouvoir économique de chaque réseau de distribution⁹³. C'est le niveau de dépendance des laiteries vis-à-vis du réseau de dépositaires qui est en jeu⁹⁴. En effet, les dépositaires prennent conscience de leur poids dans la distribution des produits laitiers dans Bamako. Ils se sont regroupés au sein d'une coordination des dépositaires et ils ont revendiqué une amélioration de leurs conditions économiques ainsi qu'une meilleure reconnaissance de leur rôle dans la distribution des produits laitiers. Ces revendications ont fait l'objet de représailles ciblées de la part des laiteries. Cette coordination n'est plus aujourd'hui active. Cet évènement nous montre bien les enjeux de pouvoir qui existe autour du contrôle de ce réseau de distribution. Le respect du statut de dépositaire a donc aussi une dimension contraignante que ces enjeux de pouvoirs illustrent.

Cette dimension contraignante du réseau se retrouve dans le circuit de distribution du lait en poudre. N'oublions pas que 80 % de la poudre de lait – dans le cas de l'instantané – est

⁹¹ La distribution directe peut aussi avoir un rôle pour la réputation. Il est possible que les gérants d'alimentations ou de supermarchés n'acceptent pas de se fournir chez un dépositaire à cause des conditions d'hygiène du stockage. La fourniture de ces points de vente étant importante pour l'image de marque des laiteries, elles fournissent directement ces détaillants par camions frigorifiques. Peut-être en profitent-elles pour livrer d'autres détaillants pour rentabiliser les coûts de transport ?

⁹² Ce qui est à vérifier en fonction des coûts de transport.

⁹³ « Pouvoir » est ici à comprendre comme source de pression. C'est le pourcentage de la production écoulee par ce réseau qui détermine le pouvoir propre du réseau. Il est à différencier du pouvoir du réseau de dépositaire comme structure sociale consciente d'elle-même. Dans ce cas, les dépositaires prennent conscience de leur importance. Le pouvoir devient ici actif. C'est ce qui s'est passé au moment de la création de la coordination des grossistes. Le réseau de grossistes est devenu à ce moment sujet politique.

⁹⁴ A ce sujet, il faudrait étudier l'impact de l'augmentation du nombre de dépositaires, depuis la privatisation de l'ULB, sur le volume de vente des laiteries – principalement Mali lait – et sur la capacité de structuration de ce réseau. Cette augmentation a-t-elle réellement augmenté le volume de ventes de l'ancienne laiterie d'Etat ou a-t-elle simplement rendu plus précaire la situation économique des dépositaires ?

distribuée par l'intermédiaire des grossistes de Dabanani. Mais dans ce cas, il ne semble pas qu'il y ait eu de revendications politiques directes. « Grossiste » reste donc un statut principalement « vertical », c'est à dire qu'il a principalement un rôle dans les relations interinstitutionnelles avec l'amont – le fournisseur – et l'aval – le demi-grossiste ou le boutiquier. Les usines de conditionnement nous ont montré un même souci de ne pas « court-circuiter » la place centrale des grossistes dans la distribution de la poudre. « Il ne faut pas léser un grossiste ou un demi-grossiste » nous dira, par exemple, un directeur d'usine de conditionnement. La stratification des prix est donc dans ce circuit aussi la règle. « Sinon c'est pas normal, je vends moins cher que les détaillants » nous explique un grossiste.

Chaque acteur a donc sa place dans la distribution des produits étudiés. Trois statuts semblent primordiaux ; celui de producteur de produits finis, celui de grossiste – que peut compléter le rôle du demi-grossiste – et celui de détaillant. Grossistes et détaillants sont définis principalement par la quantité de marchandise achetée et le prix unitaire qui lui est attaché. Cet avantage rémunérera leur rôle d'intermédiaire. Dans le cas des détaillants, c'est leur rôle de commerce de proximité qui est reconnu. Les grossistes pourraient vendre les produits laitiers en dessous du prix de vente des détaillants. Mais ils ne le font pas, « ce n'est pas notre métier (le détail) » comme nous l'ont souligné la plupart des grossistes.

Mais cette reconnaissance existe au-delà du simple droit à un prix pour une certaine quantité achetée. Prenons l'exemple de ce qu'est un « demi-grossiste » aux yeux d'un dépositaire de produits frais. Ce « demi-grossiste » possède deux caractéristiques. Il achète au moins 20 litres de lait (caillé ou frais) à chaque commande. Cette quantité lui permet d'acheter le litre de lait à 625 Fcfa au lieu de 650 Fcfa pour un boutiquier. Mais il doit aussi être reconnu comme dépositaire. Cette reconnaissance lui donne droit, par exemple, en cas de « coup dur », à acheter 10 litres de lait au prix de 625 Fcfa. Sans cette reconnaissance il aurait dû acheter son lait à 650 Fcfa le litre. Sans connaître réellement la manière dont on acquière un tel statut, la répétition des transactions doit avoir ici un rôle prédominant. L'octroi du statut du dépositaire semble, par contre, laissé au bon vouloir des laiteries. Ce sont elles qui choisissent qui elles livrent. Elles ne livrent d'ailleurs jamais de demi-grossistes.

Ce que nous avons appelé le respect du métier a aussi une conséquence dans la structuration du réseau de distribution. Le rôle de chaque intermédiaire est reconnu. Aucun grossiste n'essaie, par exemple, de vendre ses produits à des prix unitaires inférieurs aux prix de ventes des détaillants. Les grossistes ont conscience qu'en faisant cela, ils court-

circuiteraient les acteurs en aval de leur place dans la distribution. On peut ici faire un rapide parallèle avec l'histoire du commerce en Europe et l'arrivée des hypermarchés. Ces derniers ont choisi d'acheter leurs marchandises en gros pour vendre au détail à des prix inférieurs à ceux pratiqués chez les autres détaillants. Les métiers de « grossiste » et de « détaillant » ont été dans ce cas court-circuités. Il apparaît qu'au Mali, la concurrence sur les prix ne s'opère pas dans le circuit de distribution. Elle semble se jouer simplement au niveau des producteurs. La marge prise par le réseau de distribution apparaît relativement fixe⁹⁵. Mais, les intermédiaires sont directement touchés par la baisse du volume des ventes, ce qui est encore plus vrai pour les dépositaires de produits frais sont entièrement dépendant des ventes de produits laitiers frais.

B *Forme des liens et emprise dans le réseau*

Les produits laitiers à base de poudre de lait se diffusent dans la capitale malienne suivant principalement deux circuits de distribution qui répondent tous deux à un découpage mettant aux prises trois types d'acteurs : les producteurs, les grossistes et les détaillants. Ce triptyque simplifie la situation mais il nous a servi à expliciter les liens entre ces trois métiers à la fois distincts et centraux dans la compréhension de ces réseaux. L'enjeu de cette partie sera de faire ressortir les outils de coordination présents dans les différentes relations

⁹⁵ Ceci est vrai pour les cartons de poudre de lait instantané. Malgré des stocks importants, il ne semble pas que les grossistes spéculent sur ces produits au moment des augmentations de prix. Les directeurs d'usines de conditionnement semblent essayer de surveiller de près les stocks de leurs clients. Par contre, la situation semble différente dans la distribution des sacs de poudre *regular* de 10 et 25 Kg. La multiplication des marques et le manque de contrôle des stocks présents sur le marché par les importateurs créent des possibilités de spéculation de la part des grossistes et des demi-grossistes. C'est ce que souligne un grossiste. Quand il y a beaucoup de lait sur le marché, les marges sont faibles. Par contre, les marges augmentent quand il n'y en a peu. Dans ces conditions, au moment de nouvelles importations, les grossistes et demi-grossistes à qui il reste des stocks, augmentent leurs marges pour ne pas avoir un prix inférieur à celui de l'importateur nouvellement fourni. C'était le cas d'un demi-grossiste que nous avons rencontré qui avait doublé ses marges sur les sacs d'une marque de poudre *regular*. Nous ne pouvons pas dans ce mémoire systématiser l'analyse des évolutions de ce produit. Son circuit de distribution est plus opaque que pour les autres produits laitiers. Les clients sont de statuts multiples (femmes transformatrices, petites unités de transformation...), les importateurs ne semblent pas se soucier de l'état du marché. « Tant qu'il y a un marché », tant que les produits se vendent, ils importent des sacs en vrac. N'oublions pas que ces importateurs ont des importations diversifiées. La poudre n'est qu'un produit parmi d'autres. Ils restent donc peu dépendants du marché des produits laitiers.

marchandes étudiées. Quels sont les liens existants entre les différentes parties prenantes de ces échanges ? Quel est le rôle des relations personnelles dans la bonne marche de ce système ? Y a-t-il des règles du jeu différentes en fonction du produit étudié et de la situation de l'acteur dans le réseau ?

Un fait est apparu rapidement comme marquant les échanges marchands : l'usage dominant du crédit pour régler les échanges. C'est autour de cette pratique que nous allons questionner la coordination entre acteurs. L'usage fait du crédit demande à s'interroger sur le voyage des liquidités et les raisons de la confiance entre créanciers et débiteurs (A). Nous verrons par la suite qu'une forme de clientélisme permet de réduire les incertitudes sur la « qualité » des clients (B). Nous présenterons dans une troisième sous-partie les différentes réactions face à ce que nous pouvons appeler les « opportunistes » - les clients jouant sur le statut informel du crédit pour « s'échapper » avec la marchandise reçue à crédit - (C).

1 Un crédit omniprésent

a Voyage des marchandises et des liquidités

D'une façon générale, les marchandises sont échangées à crédit du niveau de la transformation industrielle au niveau de distribution finale. Les échanges se font donc dans un premier temps, sans contrepartie monétaire. Un simple « bon » sert généralement de mémoire à la transaction. Les marchandises qui arrivent aux points de ventes finaux sont vendues au comptant au consommateur. Nous n'avons rencontré aucun exemple de crédit à la consommation. Cette vente « cash » donne lieu pour la première fois à un échange entre une marchandise et de la monnaie⁹⁶. Le détaillant peut maintenant rembourser son fournisseur qui rembourse en suite son propre fournisseur. Les liquidités remontent ainsi le réseau de distribution jusqu'à l'usine de production.

Cette déconnexion entre la fourniture de la marchandise et son équivalent en monnaie, est présente dans les deux principaux circuits de distribution. Mais des différences existent entre ces circuits. La circulation de la marchandise et de la monnaie semble être mieux structurée dans le circuit de distribution des produits frais que dans celui du lait en poudre. Il faut rappeler de suite que ce premier circuit est de construction beaucoup plus simple que le

⁹⁶ Les transactions monétaires se font systématiquement en liquide, que ce soit en haut ou en bas du réseau de distribution. Un directeur d'usine de conditionnement nous a dit accepter parfois les chèques. Mais cette pratique semble très rare. Elle demande, en effet, un effort non négligeable de la part du fournisseur pour vérifier la solvabilité de son client.

second. Les dépositaires de produits frais ne sont en relation qu'avec un maximum de trois fournisseurs et quelques dizaines de clients. Les crédits se font généralement sur un jour. Un dépositaire peut allonger cette durée de 24 heures pour « soulager » son client. Nous avons aussi rencontré un dépositaire qui n'achète plus ses marchandises à crédit aux laiteries. Mais la situation la plus générale reste l'octroi de crédit sur 24 heures.

Dans le système de distribution basé sur le marché de Dabanani, la situation est plus complexe. Les grossistes ont des dizaines de fournisseurs. Ils peuvent avoir des crédits sur 30 jours. La durée du crédit, généralement supérieure à 24 heures, amène donc les fournisseurs à se poser la question de la solvabilité du client. C'est une question que ne se posent pas les laiteries puisque qu'elles ne vendent à crédit que pour une durée de 24 heures et qu'elles sont les seuls fournisseurs des dépositaires. Le remboursement s'effectue donc, dans ce cas, uniquement sur la vente de lait. Les grossistes de Dabanani peuvent, a contrario, rembourser la poudre de lait avec les ventes d'autres produits⁹⁷. Les marges de manœuvre sont donc plus importantes pour les grossistes de Dabanani que pour les dépositaires de produits frais, mais l'incertitude demeure plus grande pour les fournisseurs de lait en poudre.

b Jugement sur le crédit

Si la majorité des échanges commerciaux sont réglés à crédit, ce système de paiement n'est pas pour cela apprécié. L'ensemble des acteurs nous a fait la même remarque, « le crédit, c'est pas bon ». Mais pourtant, « sans crédit, il n'y a pas de marché ». Cette dernière remarque nous invite à penser que le financement des achats par les acheteurs serait impossible. Aucune liquidité ne serait disponible avant la vente des produits. Ce sont donc les laiteries ou les usines de conditionnement qui prennent le risque, en amont, de ne pas recevoir de contrepartie à la fourniture de leurs produits. Ce risque se diffuse ensuite dans le réseau de distribution en même temps que les marchandises. Que nos interlocuteurs soient des dirigeants d'usines, des grossistes, des dépositaires ou des boutiquiers, ils ont tous souligné les peurs qu'engendre ce mode de paiement : « le crédit, c'est pas bon » (un dépositaire) ; « le crédit, c'est une source d'ennui » (un directeur d'usine) ; « il faut éviter le crédit car si quelqu'un veut disparaître, il disparaît. » (un directeur d'usine). Sans avoir eu de descriptions

⁹⁷ Nous ne savons pas si les grossistes séparent, physiquement, les comptes de chaque fournisseur. Du peu que nous avons pu observer, ils ne semblent pas posséder différentes caisses en fonction des produits vendus. Comment ces grossistes gèrent-ils les différentes dettes en cours ?

précises de ces peurs, elles semblent liées en majorité aux problèmes de recouvrement⁹⁸. Mais la dimension sociale de la relation marchande est aussi en jeu. C'est ce qui nous a été présenté par un dépositaire de produits laitiers frais. Il nous a expliqué que lorsqu'il va chez l'un de ses clients et que celui-ci n'a pas l'argent « ça va faire quelque chose » (un dépositaire de produits frais), même s'il s'est empressé de souligner que généralement les clients remboursent. La peur du conflit accompagne les paiements à crédit lorsque ceux-ci ne sont pas encadrés par « une bonne organisation juridique » selon les termes d'un industriel - qui souligne par là l'absence d'un dispositif étatique pour superviser ce type de transaction. Si le crédit n'est pas remboursé le fournisseur arrête tout simplement de commercer avec ce client.

Malgré ces peurs, les ventes à crédit restent dominantes et ne semblent pas poser beaucoup de problèmes de recouvrement si l'on excepte les faillites⁹⁹.

c Le poids de la confiance

Il faut souligner de suite que l'octroi du crédit à un client n'a rien de « naturel ». S'il semble automatique dans le cas des produits laitiers frais¹⁰⁰, il ne l'est pas dans le réseau de distribution de la poudre de lait. Dans le circuit de distribution des produits frais, la « fuite » du client paraît difficile. Un boutiquier a une situation géographique fixe connu du fournisseur et les quantités comme les valeurs en jeu sont faibles. Le boutiquier a donc peu d'intérêt à supprimer les liens qui l'unissent à son dépositaires. Un possible comportement opportuniste est par ailleurs freiné par le fait que les dépositaires se connaissent et n'acceptent pas qu'un boutiquier change de dépositaire. Si un dépositaire n'a pas assez de lait pour fournir ses clients il peut acheter du lait à un autre dépositaire au « prix demi-grossiste ». Mais un boutiquier ne peut pas changer de dépositaire¹⁰¹. Cette organisation oblige à une relation durable entre dépositaires et boutiquiers. Ce lien durable est accentué par la façon dont un nouveau boutiquier rencontre son dépositaire de produits laitiers frais. Cette rencontre

⁹⁸ Les problèmes de recouvrement engendrent des « peurs » chez les fournisseurs mais aussi chez les détaillants. Les fournisseurs ont peur de ne pas voir leurs marchandises payées. Pour les détaillants, les problèmes de recouvrement sont le signe d'une mauvaise santé financière de la boutique. Comme nous le verrons plus loin, les boutiquiers semblent utiliser le crédit quand ils n'ont pas assez de liquidité dans leur boutique. Les problèmes de recouvrement sont donc le signe d'une faillite qui approche.

⁹⁹ Un grossiste de Dabanani a souligné que les crédits non remboursés étaient plus le fait de clients en faillite que d'opportunistes s'enfuyant avec des marchandises accordées à crédit.

¹⁰⁰ C'est pour cela qu'il faut s'intéresser à la manière dont on acquiert le statut de dépositaire.

¹⁰¹ Il peut par contre en avoir plusieurs.

s'effectue par l'intermédiaire d'un autre boutiquier déjà en activité. La confiance accumulée dans la relation tissée entre cet ancien boutiquier et son fournisseur de produits laitiers se trouve transmise au nouveau détaillant selon l'application du dicton « les amis de mes amis sont mes amis ». Casser ce nouveau lien marchand par un comportement opportuniste par le nouveau boutiquier remettrait aussi en cause la relation tissée avec l'autre boutiquier. Les comportements opportunistes paraissent ainsi freinés.

Dans le circuit de distribution de la poudre de lait, la situation est différente. Le nombre de clients est plus important et leurs emplacements physiques ne sont pas obligatoirement connus. Les clients peuvent venir de toutes les régions du Mali. L'attribution du crédit ne répond donc pas aux mêmes règles, la confiance ne se construit pas de la même façon. Les usines de conditionnement, comme les grossistes et demi-grossistes de Dabanani, n'octroient pas de crédit dès la première relation commerciale. La confiance n'a rien d'instantané. Elle dépend de la régularité des commandes, de la bonne santé financière que dégage le client et de son statut (demi-grossiste, femme transformatrice ou grossiste de région). A chaque fois qu'un nouveau client se présente à un grossiste, le paiement s'effectue au comptant. Pour certains grossistes, il faut que ce nouveau client soit venu 2 ou 3 fois pour qu'il ait droit au crédit. Pour d'autres, la confiance peut mettre un an à se construire.

Les usines de conditionnement semblent laisser de moins en moins de place aux clients « éligibles au crédit » selon l'expression d'un directeur d'usine. L'une d'entre elles n'a plus que 10 % de clients qui achètent à crédit¹⁰². Une seconde n'octroie qu'au « compte goûte » sa marchandise à crédit. Une troisième se base sur des relations de long terme (5 ou 10 ans) accompagnées d'une étude sur la vitesse d'écoulement de la marchandise pour choisir les clients « éligibles » au crédit. Il peut aussi suffire qu'un nouveau client soit présenté au grossiste par l'intermédiaire d'un client plus ancien pour qu'il ait directement droit au crédit. Ainsi, « des gens se portent garants pour d'autres » comme c'est le cas dans le réseau de distribution des produits laitiers frais.

Il nous faut donc relativiser la présentation du circuit du crédit faite au dessus. Si le droit au crédit existe entre tous les échelons des circuits de distribution, il semble être de plus en plus remis en question en amont - pour ce qui concerne les poudres de lait - , par les usines de conditionnement, sans que cela pose de véritables problèmes dans la diffusion du crédit entre les échelons en aval. Il manque sur ce point une véritable étude d'économie pour connaître le moment à partir duquel la question du financement des achats pose problème.

¹⁰² nous ne savons pas si ce chiffre est en volume de vente ou en nombre de clients.

2 L'importance du clientélisme

Nous venons de voir que la temporalité des relations marchandes a un poids important dans la mise en place de la confiance entre un vendeur et un acheteur. Cette confiance permet au vendeur de prendre le risque – devenu acceptable – de vendre ses marchandises à crédit. L'usage du crédit, s'il est aujourd'hui remis en cause par certaines usines, est encore omniprésent. Les qualificatifs de « dépositaires » et de « dépôt vente » employé par certains – pour définir les métiers de grossistes de produits frais et celui de grossistes à Dabanani – sont là pour le souligner. Des relations durables s'établissent entre vendeurs et acheteurs et aboutissent à une certaine forme de clientélisme. Nous reprenons cette notion à Clifford Geertz pour qui la clientélisation est la « tendance (...) pour des acquéreurs récurrents de certains biens et services – qu'il s'agisse pour un consommateur, d'acheter des légumes, d'aller chez le coiffeur, de commander un vêtement ou de louer des porteurs – d'établir des relations continues avec certains fournisseurs (...) au lieu de se lancer à la recherche d'un nouveau fournisseur pour chaque nouveau besoin »¹⁰³. Ce clientélisme nous semble bien présent dans les deux circuits de distribution au cœur de notre étude. Les membres des deux réseaux ont tous mis l'accent sur le fait que « chacun a ses clients ». Les dépositaires de produits frais ont chacun leur liste de clients (des boutiquiers), de même que les grossistes et les demi-grossistes du marché de Dabanani ont la leur (des demi-grossistes ou des boutiquiers). Seules les laiteries et les usines de conditionnement ne répondent pas à cette affirmation. Ces dernières se sentent en forte concurrence chacune sur leur marché respectif. Leur but est en partie de prendre des parts de marché à l'entreprise concurrente. Elles ont généralement les mêmes clients. Les laiteries industrielles livrent les mêmes dépositaires et les usines de conditionnement les mêmes grossistes. Dans ces conditions, les boutiques appartenant aux grossistes et les dépôts de produits frais sont de véritables *représentations* du marché bamakois de la poudre de lait. Ce sont des lieux où *s'observe* directement la concurrence.

Le clientélisme n'a pas qu'un impact sur le sentiment de concurrence. Il a un rôle sur la stabilité de l'information disponible. « La clientélisation réduit dans des proportions acceptables la quête d'information. »¹⁰⁴ Sur notre terrain d'étude, la clientélisation peut être

¹⁰³ GEERTZ C., *Le souk de Sefrou. Sur l'économie du Bazar*, Bouchène, 2003, p.180.

¹⁰⁴ GEERTZ C., *op. cit.* p.181.

analysée comme le résultat de l'agrégation de relations de confiance dont le coût de rupture est, économiquement (le droit au crédit) comme socialement, élevé. Comme dans l'étude de C.Geertz, nous pouvons dire que « la clientélisation donne elle-même une forme au bazar (dans notre cas aux deux réseaux de distribution des produits laitiers) plutôt qu'elle ne s'appuie simplement sur une forme déjà présente »¹⁰⁵. Si les acheteurs recherchent en partie la confiance des vendeurs au-delà du court terme pour espérer obtenir des ventes à crédit, nous pouvons faire l'hypothèse que cette recherche – plus ou moins consciente - de confiance structure en partie, à elle seule, les deux marchés en question. Si cette hypothèse nous semble en partie exacte, il reste à étudier les lois de transmission de cette confiance lorsqu'un acheteur ou un vendeur arrête son affaire. Certains grossistes ont 30 ou 40 ans de métier. A qui sera transmis ce capital social à la fin de l'activité ?

3 Retour sur les réactions face aux opportunistes

Les réactions face aux comportements opportunistes nous semblent être l'une des raisons des évolutions dans la structuration du marché des produits à base de poudre de lait et, peut-être, plus généralement, du commerce à Bamako. Nous définissons un comportement comme « opportuniste » si l'acteur agit dans ces activités économiques en ne considérant que son gain à court terme. C'est « un comportement animé par le pur appât du gain »¹⁰⁶. Malgré le fait que ce type de comportement soit difficilement observable, l'une de ces formes apparaît récurrente dans les discours que nous avons recueillis. Sur notre terrain, l'opportuniste serait principalement l'acteur qui, après avoir obtenu une marchandise à crédit, s'enfuit sans la rembourser. Comme nous l'a souligné un industriel, « quand quelqu'un veut disparaître, il disparaît. »

Nous avons explicité les raisons qui rendent possible l'usage du crédit. Mais nous avons aussi souligné la peur que certains industriels ont de cette pratique commerciale. Deux d'entre eux limitent aujourd'hui au maximum les ventes à crédit. Pour l'un d'entre eux, cette démarche vis-à-vis du crédit a commencé après que son directeur ait eu un sérieux problème d'impayés évalué à plusieurs centaines de millions de Francs CFA. Un ancien importateur nous a aussi relaté son expérience. Il a enregistré d'importants impayés qui l'ont amené à stopper son affaire. Il avait développé une démarche coopérative avec les transformateurs qui étaient ses clients. Il voulait participer à l'amélioration de leurs méthodes de production.

¹⁰⁵ GEERTZ C., *op. cit.* p. 183.

¹⁰⁶ VATIN F., *op. cit.* p.33.

Malgré ce partenariat, certains clients ont utilisé leurs crédits pour aller se fournir chez les grossistes du marché de Dabanani qui étaient moins cher. Une partie des crédits n'ont jamais été recouverts. Cet importateur nous a aussi donné l'exemple d'un client qui est venu lui acheter du lait en payant la moitié de la marchandise à l'achat, ce qui semble rare. « On ne peut pas dire qu'il n'avait pas de volonté. » Mais cette personne a disparu sans payer l'autre moitié. La police a été sollicitée pour retrouver cet opportuniste mais il est resté introuvable. Ces expériences n'ont pas démoralisé complètement l'importateur en question. Il compte bien réintroduire le commerce de poudre de lait une fois ses dettes épongées. D'ailleurs, il retrouve encore certains de ses clients mauvais payeurs qui n'étaient autres que des retardataires. Mais, de retour dans le commerce du lait en poudre, il compte faire payer ses clients « cash » ou, s'ils veulent un crédit, il utilisera une lettre de crédit ou un système d'hypothèque pour sécuriser les transactions. Un pas semble ici franchi vers l'arrêt ou la reconfiguration de l'usage du crédit dans les relations marchandes. Ce changement moral, qui a comme origine des *expériences concrètes significatives*, peut amener à redéfinir le rôle de la confiance dans les échanges ainsi que celui des grossistes dans le financement des achats dans le circuit de distribution des poudres instantanées. En effet, si les industriels du conditionnement limitent au maximum les crédits mais que ceux-ci sont massivement utilisés dans le reste du réseau de distribution, ce sont bien les grossistes qui, en payant leur fournisseur au comptant, choisissent de laisser perdurer l'usage du crédit. Cette situation montre aussi le bon état financier des grossistes.

C Des acteurs aux logiques diverses

Outre la compréhension du fonctionnement du marché des produits laitiers à base de poudre de lait - par sa structure et ses institutions fondamentales - nous avons comme objectif d'essayer de comprendre la *mentalité économique* des acteurs présents dans ces réseaux. Entre un industriel et un boutiquier ou entre un acteur ayant suivi des études d'économie et celui qui a appris son métier sur le tas, la manière d'appréhender le commerce est totalement différente. Comme nous l'avons souligné dans la première partie de ce mémoire, analyser la *mentalité économique* d'une personne, c'est essayer de comprendre sa manière d'aborder la sphère de l'activité économique et sa façon de s'y comporter. Nous avons déjà mis en avant des points qui répondent, en partie, à ces questions. Le rapport à la concurrence est, de ce point de vue, fondamental. Entre des industriels qui se sentent dans une concurrence effrénée sur leur marché, qui suspectent des tentatives d'espionnage industriel, et des dépositaires de produits

frais qui peuvent être des amis de longue date et qui sont solidaires entre eux lorsqu'il s'agit de critiquer leurs fournisseurs, la différence est grande. Nous serons très loin de proposer ici une analyse exhaustive des *mentalités économiques* rencontrées. Mais nous prendrons des exemples concrets qui montrent ces différences qu'il ne faut pas négliger si nous voulons comprendre les raisonnements en œuvre dans ces réseaux sans partir d'un a priori sur les manières de calculer et d'appréhender le monde économique.

1 Une mentalité économique fonction de la place dans la filière

Le sentiment vis-à-vis de la concurrence nous semble relever de la manière d'aborder la sphère économique ; nous n'y reviendrons pas. Par contre, nous pouvons donner des exemples de différences de calculs entre acteurs qui permettent de juger de la réussite ou non du commerce. Qui calcule ses marges en pourcentage et qui ne les connaît qu'en valeur ? Quel est l'acteur qui connaît son revenu journalier et lequel n'en a aucune idée ?

a Le calcul des marges

Commençons tout d'abord par souligner que toutes les personnes rencontrées connaissent leurs marges sur chacun de leurs produits. C'est la forme de cette connaissance qui s'avère différente. Il faut dans un premier temps séparer les producteurs (les usines et les mini-laiteries) des purs commerçants (grossistes, demi-grossistes et détaillants). Si l'on excepte les femmes transformatrices - pour lesquelles nous n'avons pas de données à ce sujet -, les transformateurs calculent généralement leurs marges en pourcentage. Comme nous l'a rappelé le commercial d'une mini-laiterie, son but est de vendre au maximum. Cela lui permet de distribuer ses coûts fixes de production sur un maximum de produits. Ses marges ne sont donc pour lui jamais fixes puisqu'il considère ses ventes variables. Il lui était, par exemple, impossible de nous donner la part de matière première dans le coût du produit fini puisqu'il n'avait à l'esprit que de baisser cette part ; ce qu'il arrivait en partie à faire. Ce même commercial - qui s'occupe donc en partie de la gestion de la mini-laiterie - connaît, par contre, la marge journalière de son entreprise. Elle est le véritable « stimulant » de son travail de commercial puisque que c'est en partie le niveau des ventes qui détermine cette marge. Les laiteries industrielles ont en revanche des marges relativement stables. Elles connaissent la part des salaires, de la matière première et des autres coûts fixes dans le chiffre d'affaire.

L'augmentation des prix mondiaux change bien évidemment aujourd'hui la donne¹⁰⁷ sans que l'on en connaisse les proportions. Dans la transformation industrielle, les coûts sont vus comme faisant partie du produit.

Les importateurs de poudre de lait en vrac fournissant le marché de Dabanani calculent leur marge en pourcentage. D'après les entretiens effectués, ils ne semblent pas s'intéresser à la baisse des coûts fixes dans chaque produit vendu. Ils chercheraient simplement à vendre plus. Les coûts sont ici vus comme *extérieurs* aux produits.

Nous n'avons pas pu avoir connaissance des marges des usines de conditionnement de poudre de lait instantanée. Les entretiens ont été effectués en pleine période de tension sur la fourniture de matière première ce qui a pu accentuer la « rétention d'information » lors des entretiens. Ces acteurs semblent tout de même avoir une comptabilité du même type que les laiteries.

C'est entre les industriels et les purs distributeurs que l'on observe la plus grande différence dans la forme du calcul des marges. Cette différence est liée, en partie, à l'activité de l'entreprise. Nous venons de voir que pour les transformateurs industriels, la marge par unité est fonction du niveau des ventes. Pour les acteurs de distribution, cette variabilité de la marge est moins flagrante¹⁰⁸. La marge unitaire est *vue* comme fixe¹⁰⁹. Elle ne porte pas à

¹⁰⁷ Depuis janvier 2007, le prix de la poudre a augmenté de près de 50 % sur le marché mondial. Cette augmentation s'accompagne de tension dans les approvisionnements en matière première. Il ne suffit plus de payer plus cher la poudre de lait ; encore faut-il la trouver. Cette difficulté s'accompagne d'une contrainte de qualité. Les industriels ne peuvent pas se permettre de changer en permanence la qualité de leur poudre. Ils ne peuvent acheter n'importe quelle poudre sur le marché. Leurs contraintes de qualité les obligent à avoir des liens commerciaux dépassant le court terme, ce qui semble pourtant de moins en moins le cas.

¹⁰⁸ Nous pouvons essayer de donner une raison à cela. Dans le cas d'une distribution pure, il n'y a pas de matière qui rentrent dans les coûts, comme s'est le cas dans la transformation. Puisque aucun coût ne rentre « matériellement » dans la formation du produit, nous pouvons faire l'hypothèse qu'il est plus difficile pour un distributeur de faire entrer dans le calcul des marges unitaires des coûts tels que l'électricité ou les salaires. En d'autres termes, nous pensons que, pour un transformateur, du fait que certains coûts se situent concrètement *dans* le produit (la poudre de lait pour un yaourt par exemple), il est plus facile pour lui de concevoir l'introduction des coûts d'électricité dans un produit fini. Il faudrait vérifier ce raisonnement sur les transformatrices artisanales. Les connaissances en économie pure jouent aussi beaucoup dans le cas de la transformation industrielle.

¹⁰⁹ Nous n'avons pas réussi à savoir précisément à quel point les marges étaient fixes à chaque niveau de la distribution et comment cette fixation s'est opérée. Dans le réseau de produits frais, c'est assez clair. Les marges sont fixées à 50 Fcfa/l pour une vente à un boutiquier. Il semble que ce soit une demande des laiteries.

discussion. Nous l'avons connu très facilement. Ce qui importe donc pour ce type d'acteurs, c'est leur volume de ventes. Les grossistes connaissent le prix d'achat des cartons. Ils y ajoutent la marge désirée. Cette marge peut être la même sur un carton acheté 24 000 Fcfa que sur un autre acheté 8 500 Fcfa¹¹⁰. Ces acteurs n'en oublient pas pour autant les coûts – salaires des livreurs, électricité, essence... . Couvrir ces coûts les obligent à essayer de vendre au maximum. Mais les grossistes n'effectuent pas de raisonnement à la marge qui montreraient qu'en augmentant le volume des ventes, le profit marginal augmente. Ils ont simplement l'objectif de couvrir leurs coûts fixes. Volonté de couvrir les coûts et comptabilité analytique aboutissent dans les deux cas au même objectif : il faut vendre plus.

Les boutiquiers achètent la poudre de lait instantanée par carton. Leurs marges sont généralement de 100 Fcfa par sachets vendus ou 1 000 Fcfa par carton, c'est à dire dans ce cas 50 Fcfa/sachet - qui coûte aux alentours de 1200 Fcfa.¹¹¹

Les étalagistes achètent, comme produits laitiers, principalement des « lignes »¹¹² de petits sachets de poudre (environ 20 g) ou des sachets de 500 g qu'ils reconditionneront en sachets de 25 ou 50 Fcfa. Les lignes sont achetées 700 Fcfa. Elles sont formées de 10 sachets vendus chacun 75 Fcfa. Leurs marges sont donc de 50 Fcfa sur une ligne dont la vente pourra prendre une semaine. Le reconditionnement des sachets de 500 g en sachets de 50 Fcfa leur permet en outre d'augmenter leurs marges de 50 ou 100 Fcfa par sachet¹¹³.

Elles gardent ainsi au maximum le contrôle sur le prix au consommateur ce qui demande de contrôler les marges. Cette fixation des marges est facilitée par la non-concurrence entre les dépositaires. Les distributeurs en oublient pas moins leurs coûts fixes (salaires, loyer, électricité...).

¹¹⁰ Il semble que nous retrouvons ici l'importance des valeurs nominales. Il est pour eux normal de gagner 250 Fcfa sur un carton quelle que soit sa valeur d'achat.

¹¹¹ Nous approfondirons le cas des boutiquiers dans le paragraphe suivant.

¹¹² Une ligne est un ensemble de dix sachets de petit conditionnement (autour de 20 g) attachés les uns aux autres en forme de « ligne ».

¹¹³ Le reconditionnement artisanal de l'étalagiste a un objectif différent que celui entrepris par le demi-grossiste qui reconditionne des sacs de 25 Kg. Ce dernier ne le fait pas pour augmenter ses marges mais pour proposer à ses clients des produits adaptés à leurs demandes. Au final, la marge sur le sac de 25 Kg ne change pas. En revanche, l'étalagiste met en avant l'augmentation de sa marge que lui procure le reconditionnement d'un produit qui a, normalement, une faible rotation.

b La réussite du commerce chez les boutiquiers

Nous avons essayé d'interroger les acteurs qui avaient du temps à nous consacrer sur leur manière de juger la réussite de leur commerce. Les industriels du secteur s'appuient sur des données informatisées. Ils suivent leurs marges journalières, le niveau de leurs ventes.... Mais quel est le critère utilisé par les petits boutiquiers ou les étalagistes pour juger du bon fonctionnement de leur commerce, ces acteurs ne disposant pas d'un tel outil de comptabilité ? Trois données nous ont été présentées pour ce jugement : le chiffre d'affaire journalier, le niveau des ventes et le niveau de liquidité à la fin du mois. Soulignons avant tout qu'aucun d'entre eux ne tient de comptabilité. Ils connaissent simplement les marges appliquées à chacun de leurs produits. Leur consommation personnelle est faite dans la boutique sans qu'elle soit comptabilisée.

Comme nous venons de le dire, certains boutiquiers jugent leur journée de travail en fonction de leur chiffre d'affaire journalier. Ce chiffre est une référence. Pour l'un des boutiquiers rencontrés, dès que son chiffre d'affaire dépasse 60 000 Fcfa/jour, il considère que « c'est une bonne journée ».

Mais, le plus souvent, les boutiquiers ont des raisonnements beaucoup plus « déroutants ». Ils ne se donnent pas de consommation journalière, ils ne connaissent pas leur chiffre d'affaire journalier et jugent leur journée de travail en fonction de l'estimation qu'ils font des ventes de la journée. Ils ne font tout simplement aucun calcul formel. Le niveau de liquidité semble être pour tous une sorte de référence. Lorsque ce niveau baisse, ils jouent davantage avec le crédit pour financer leurs marchandises. Le niveau de liquidité de la boutique peut aussi être un instrument pour juger du bon fonctionnement du commerce. Prenons l'exemple d'un autre boutiquier que nous avons rencontré. Sa consommation alimentaire est effectuée dans sa boutique. Il ne la calcule pas. Il ne connaît pas son revenu qu'il soit journalier ou mensuel. Mais il juge le niveau de son commerce en comparant, à la fin du mois, les liquidités disponibles au prix du loyer de sa boutique. Si en payant son loyer il lui reste de la monnaie dans sa caisse, il se dit bénéficiaire¹¹⁴.

Ce raisonnement soulève plusieurs interrogations. Si ces boutiquiers ne connaissent pas leur niveau de revenu, mais celui « acceptable » de consommation, leur contrainte de consommation ne provient pas de la monnaie, mais d'une restriction « interne » qui correspondrait au niveau de vie qu'ils considèrent comme légitime pour leur situation sociale. La contrainte de consommation n'est donc pas connue en terme monétaire comme cela peut

¹¹⁴ Il n'a pas complété ce raisonnement en considérant les créances en cours.

l'être plus facilement dans le cas de salariés qui gagnent un revenu fixe. Cette forme d'autorégulation demande à s'intéresser aux points de vue de ces acteurs sur la mobilité sociale, sur leurs espérances en terme de qualité de vie et les moyens envisagés pour y accéder. Sur quoi repose, à leurs yeux, l'amélioration de leur situation économique et que mettent-ils en place pour l'améliorer ? Cela suppose de nous intéresser aux techniques employées pour gagner plus. Nous avons un élément de réponse, le reconditionnement artisanal de poudre de lait. Mis à part cet exemple, ces questions restent en suspend.

Conclusion

Malgré une forte culture de l'élevage et la possession d'un cheptel important, le Mali reste un pays fortement dépendant des importations de produits laitiers pour couvrir les besoins de sa population. La situation de Bamako pousse le diagnostic à l'extrême avec une production locale qui couvre moins de 10 % de la demande bamakoise en produits laitiers. Les problèmes d'organisation de la collecte rendent plus difficile l'approvisionnement de la capitale malienne en lait local. L'urbanisation croissante, l'accroissement démographique et les évolutions du mode de consommation urbain des produits laitiers accentuent le besoin et la demande en produits laitiers importés des habitants de Bamako. C'est dans ce contexte qu'une étude sur le réseau de distribution des produits laitiers à base de poudre de lait à Bamako devenait indispensable pour avoir une vision globale de la filière laitière au sein de la capitale malienne et plus généralement au Mali.

Nous avons vu que la poudre de lait empruntait principalement deux circuits de distribution en fonction de l'usage que les industriels font de cette poudre - transformation en produits frais ou vente sous forme de poudre. Notre travail de sociologie économique a véritablement commencé en interrogeant le fonctionnement des échanges marchands. Nous avons présenté les institutions sociales qui rendent possibles ces échanges. Nous pouvons ici introduire une distinction faite par Harrison White entre le marché décrit comme une *interface* et le marché décrit comme une *arène*. Dans sa dimension d'« échange pur »¹¹⁵, le marché est « une arène dans laquelle le processus social à l'œuvre est celui de l'appariement entre acteurs, et le marché joue un rôle de filtre servant à purifier, c'est-à-dire à assurer un appariement légitime (...) entre les différents couples envisageables parmi les offreurs et les demandeurs présents. Dans le cas où la production entre en scène, le marché a une autre nature car la compréhension des flux d'échanges demande que l'on parte du comportement des firmes qui font le marché autant qu'elles s'y insèrent. (...) Dans le langage de White (le marché) c'est une *interface* dans laquelle le processus social à l'œuvre suppose un engagement (« commitment ») de la part des producteurs à fournir un flux de marchandises

¹¹⁵ « Un marché d'échange pur est un marché dans lequel les transactions sont faites sans que l'on se préoccupe de la production des biens échangés. » STEINER P., *Le marché comme Arène et les technologies sociales d'appariement*.

d'une certaine qualité donnée. » ¹¹⁶ Nous avons souligné la dimension *d'interface* du marché des produits laitiers à Bamako en insistant sur la volonté des producteurs de « trouver leur place », soit sur le marché des produits frais, soit sur le marché de la poudre de lait instantanée. Trouver sa place oblige l'industriel à expérimenter des rapports qualité/prix qui lui permettront de trouver sa spécificité sur le marché. Les critères de qualité peuvent être la qualité de la poudre, le pH d'un yaourt, l'emballage... auxquels les industriels appliquent un certain prix. En fonction des ventes, les industriels décident de faire évoluer ou non leurs produits. Un industriel a, par exemple, attendu deux ans avant de fixer la qualité de sa poudre.

Mais notre travail a davantage mis l'accent sur la dimension *d'arène* des marchés étudiés. A ce sujet, nous pouvons affirmer que l'appariement entre une offre et une demande, quelle que soit la situation de l'arène dans le réseau, ne s'effectue pas par un simple mécanisme de prix qui servirait de véhicule d'informations sur la qualité des produits. Le clientélisme, le respect du métier de chacun dans le réseau ou la confiance – basés sur le poids de l'histoire dans ces réseaux – donnent une forme aux relations marchandes et participent à la formation des différents appariements entre offreurs et demandeurs de produits laitiers. Ces institutions sociales permettent à une partie des appariements en question de s'effectuer suivant une temporalité à deux temps. En effet, l'usage du crédit disjoint le moment de la fourniture de la marchandise de celui du paiement complet. La question du temps est importante comme le souligne P.Steiner au sujet d'autres terrains d'étude. Si « il apparaît que l'Arène est une structure sociale sur laquelle la question de l'égalité est centrale. Cette égalité prend des formes spécifiques, mais il semble que le problème du temps est important ». Dans le cas d'un marché, ce problème « concerne la rapidité d'exécution de l'appariement de manière à minimiser les opportunités économiques » ¹¹⁷. Cette question du temps d'appariement apparaît centrale dans notre sujet. Il nous suffit de comparer sur ce point les deux principaux circuits de distribution étudiés. Dans celui des produits frais, l'opportunisme est limité car les crédits doivent être remboursés sous 24 heures. Ce n'est pas le cas dans le circuit de distribution basé sur les grossistes de Dabanani. Le temps différé du paiement – qui peut atteindre dans ce cas un mois - accentue les risques liés au recouvrement des crédits, que ce soit par opportunisme économique, en raison d'une faillite, ou par un délai trop court de crédit. Cette question du temps d'appariement - lié à l'opportunisme économique de certains

¹¹⁶ STEINER P., *Le marché selon la sociologie économique*, texte présenté au séminaire du Centre Walras-Pareto de l'Université de Lausanne, p.8.

¹¹⁷ STEINER P., *Le marché comme Arène*, *op.cit.*, p.19.

acteurs - peut expliquer en partie les reconfigurations à l'œuvre dans le circuit de distribution du lait en poudre.

Si nous revenons rapidement sur le rôle du prix dans le processus d'appariement, il n'apparaît pas fondamental dans la majorité des arènes étudiées. Il faut souligner l'exception de celle qui met aux prises les détaillants et les consommateurs finaux. C'est peut-être le seul moment dans la distribution des produits où le prix a une importance de premier ordre. Dans les autres arènes, les prix dépendent du prix mondial du lait en poudre et des marges généralement fixées par des conventions dépendant du statut des clients. Si le prix est source de discussion dans ces mêmes arènes, c'est en raison des répercussions que ces évolutions auront sur les ventes des détaillants et inévitablement sur l'ensemble des distributeurs en amont. Toutes les arènes du réseau se retrouvent dépendantes des conséquences de l'évolution des prix sur la consommation. Mais une question demeure : pourquoi les clients attendent-ils deux semaines pour consommer à nouveau des produits laitiers ? Ce comportement montre en tout cas que les prix ne sont pas perçus immédiatement comme vecteurs d'information de l'état du marché. Il faut ajouter que nous ne connaissons que très peu les lois d'appariement de l'arène détaillant/consommateur puisque nous n'avons pas interrogé directement des consommateurs de produits laitiers. Nous ne connaissons donc pas le « niveau » de confiance qui existe entre les protagonistes de cette arène. Les échanges commerciaux n'étant pas basés sur le crédit, cette confiance n'est pas nécessaire à l'échange. D'après les détaillants rencontrés, c'est le critère de « zone de chalandise »¹¹⁸ qui semble le déterminant principal de la rencontre entre l'offreur et le demandeur de produits laitiers sur cette arène. La régularité des échanges qui découle de cette proximité du détaillant ne paraît pas suffisante aux yeux des consommateurs pour rendre légitime ces augmentations de prix. Une part de la baisse de la consommation peut être expliquée par l'augmentation du prix et l'élasticité-prix des consommateurs. Mais les évolutions de la consommation qui suivent directement une augmentation des prix ne s'expliquent pas seulement par le niveau des prix. L'information dont dispose le consommateur sur la situation du marché mondial du lait¹¹⁹, le statut donné au lait par les consommateurs (produit de luxe, de consommation courante, de consommation « exceptionnelle » au cours du mois de Ramadan...), la confiance entre le détaillant et son

¹¹⁸ « La zone de chalandise d'un magasin se définit par la zone géographique dont proviennent ses clients réguliers » ALLAIN M-L., CHAMBOLLE C., *op. cit.* p.10.

¹¹⁹ Comment le décret du gouvernement supprimant pendant deux mois la TVA sur le lait en poudre a-il été reçu ?

client... sont des variables qui expliquent aussi en partie les évolutions des ventes de produits laitiers, au moins à court terme. Cette insistance sur la consommation nous amène à conclure sur l'importance d'une étude approfondie dans ce domaine. C'est en grande partie dans la rencontre entre le détaillant et le consommateur qu'une étude sur les consommateurs de produits laitiers rejoint celle que nous venons de faire sur le circuit de distribution des produits à base de poudre de lait. Comment connaître les répercussions de l'augmentation des prix dans chacun des deux réseaux étudiés si nous ne savons pas qui sont les consommateurs de produits laitiers frais et qui sont ceux de la poudre de lait ? A priori nous pourrions penser que le réseau de produits laitiers frais serait le premier touché par l'augmentation des prix de la matière première puisqu'il ne dépend que de la vente de lait. La situation financière des dépositaires devrait être dans ce cas la première touchée. Mais si les consommateurs de produits frais sont des personnes relativement aisées, avec une élasticité/prix faible, il n'en sera rien. Si les réseaux de distribution de produits laitiers à base de poudre de lait paraissent fortement « socialisés »¹²⁰, la compréhension de la dynamique de ce réseau passe inévitablement par une étude fine des consommateurs de produits laitiers.

¹²⁰ Dans le sens où ils dépendent fortement de pratiques sociales pour fonctionner.

Bibliographie

- ALLAIN M-L., CHAMBOLLE C., *Economie de la distribution*, La découverte, collection Repères, 121 p.
- BERNOT L., *Buveurs et non-buveurs de lait*, l'Homme, n°108, 1988, p.99-107.
- BONFOH B. et al., *Synthèse bibliographique sur les filières laitières au Mali*, REPOL, Document de travail n°2, 2005.
- BOURDIEU P., *La fabrique de l'habitus économique*, Actes de la recherche en sciences sociales, n°150, pp.79-90.
- BOYER R., *L'anthropologie économique de Pierre Bourdieu*, Actes de la recherche en sciences sociales, n°150, pp.65-78.
- CUSSONNEAU A., *Lait : Gérard Calbrix, économiste à Atla invité de Coopagri Bretagne*, "Bruxelles s'oriente vers la suppression des quotas", article paru dans Paysan breton, <http://www.paysan-breton.fr/article/7085/lait--:-gerard-calbrix,-economiste-a-atla-invite-de-coopagri-bretagne,-%22%3Bbruxelles-s'oriente-vers-la-suppression-des-quotas%22%3B.html>.
- DUFY C., WEBER F., *L'ethnographie économique*, La découverte, collection Repères, 2007.
- GARCIA M-F., *La construction sociale d'un marché parfait*, Actes de la recherche en sciences sociales, 1986, Vol. 65, n°1, pp.2-13.
- GEERTZ C., *Le souk de Sefrou. Sur l'économie du bazar*, Bouchène, 2003.
- METGZER R., Centres J. M., Thomas L. et Lambert J. C., *L'approvisionnement des villes africaines en lait et produits laitiers*. Etude FAO Productions et santé animale, n° 124, 102 p., 1995.
- OFFICE DE L'ELEVAGE, *Comité lait de vache*, séance du 7 juin 2007.
- PICHE et al., *Trois générations de citadins au Sahel : trente ans d'histoire sociale à Dakar et à Bamako*, l'Harmattan, 1998.
- POLANYI K., *La grande transformation*, Gallimard, 1983, 419 p.
- STEINER P., GISLAIN J-J., *La sociologie économique 1890-1920*, PUF, 1995.
- STEINER P., *Le marché comme Arène et les technologies sociales d'appariement*, Communication à l'université Toulouse Le Mirail.
- STEINER P., *Le marché selon la sociologie économique*, présentation au centre Walras-Pareto, Université de Lausanne.
- STEINER P., *La sociologie économique*, La découverte, collection Repères, 2005.

USDA, *Dairy : World Markets and trade*, juillet 2007. Disponible à l'adresse suivante:
http://ffas.usda.gov/dlp/circular/2007/dairy_07-2007.pdf

VATIN F., *Le lait et la raison marchande. Essais de sociologie économique*, PUR, 1996, 205 p.

WEBER F., *Le marché de la terre : de l'anthropologie à l'ethnographie*, <http://lamop.univ-paris1.fr/W3/Treilles/weber.html>

WEBER F., *Transactions marchandes, échanges rituels, relations personnelles. Une ethnographie économique après le grand partage*, Gensèse, n°41, déc. 2000, pp.85-107.

WEBER M., *Economie et société*, tome 1 et 2, Pocket, 1995

Annexes

A Les produits étudiés et les prix disponibles

type	marque	Provenance	contenu	prix 2006	Prix fin avril 2007	Prix fin mai 2007
Les poudres de lait regular	Elleguê Inco Kerrygold Laicran LP Super Lion	Brésil Belgique Irlande France (Lactalis)				
			2500 g	9000	9 500	10 500
Les poudres de lait instantanées	Nido		900 g	3750	3 500	4250
			400 g	1600	1700	1900
	laicran entier lait écrémé		10 kg		26 500	
			500 g	1350	1 300	1450
			20 g		75	75
			250 g			
			350 g		1100	
			250 g	700		
			22,5 g	75		
			18 g	50		
			6,5 g	25		
			Laicran boîte 2,5 Kg			9600
			900 g			3750
	Vivalait Vivabanane /menthe... Vivaplust		500 g	1050	1 300	1300
			250 g	550		
			22,5 g	75	75	75
			20 g	50	50	50
			18 g	50		
			6,5 g	25		
	Incolac		25 kg	50000		
			500 g	1100		1400
			22,5 g	75		75
	Kosam		400 g	917		
			25 g	75		
			200 g			650
	Nono Barikama		500g	1100	1 200	
			22,5 g	50		
			7,5 g	25		
	Halib (sunulait)		500 g		1200	
			25 g		75	
Produits frais	Candia lait frais		saché 20 cl		125	150
			50 cl	500		
			200 g	125		
	Diaby lait sachet 125 mL					125
			yahourt fraise		200 250 ou 225	
	Harry délice yahourt		125 g		240	
	Mali lait Lait caillé sucré Dèguè Lait frais yahourt nature yahourt nature sucré Yahourt aromatisé		20 cl	125	125	150
					300	
			20 cl	125	125	150
					225	250
					225	250
					225	250
	Yoplait yahourt Lait caillé		125 g		210	
			200 g	125	150	
	MAM cocktail Dégué Yaourt Yahourt sachet					95
					300 300-325	
					250	250
						150

B Classification des produits laitiers selon l'UEMOA

Chapitre 4

Lait et produits de laiterie; oeufs d'oiseaux; miel naturel; produits comestibles d'origine animale, non dénommés ni compris ailleurs

Notes.

- 1.- On considère comme *lait* le lait complet et le lait partiellement ou complètement écrémé.
- 2.- Aux fins du n° 04.05 :
 - a) Le terme *beurre* s'entend du beurre naturel, du beurre de lactosérum ou du beurre « recombinaé » (frais, salé ou rance même en récipients hermétiquement fermés) provenant exclusivement du lait, dont la teneur en matières grasses laitières est égale ou supérieure à 80 % mais n'excède pas 95 % en poids, la teneur maximale en matières solides non grasses du lait de 2 % en poids et la teneur maximale en eau de 16 % en poids. Le beurre n'est pas additionné d'émulsifiants mais peut contenir du chlorure de sodium, des colorants alimentaires, des sels de neutralisation et des cultures de bactéries lactiques inoffensives.
 - b) L'expression *pâtes à tartiner laitières* s'entend des émulsions du type eau-dans-l'huile pouvant être tartinées qui contiennent comme seules matières grasses des matières grasses laitières et dont la teneur en matières grasses laitières est égale ou supérieure à 39 % mais inférieure à 80 % en poids.
- 3.- Les produits obtenus par concentration du lactosérum avec adjonction de lait ou de matières grasses du lait sont à classer dans le n° 04.06 en tant que fromages à la condition qu'ils présentent les trois caractéristiques ci-après :
 - a) avoir une teneur en matières grasses du lait, calculée en poids sur extrait sec, de 5 % ou plus;
 - b) avoir une teneur en extrait sec, calculée en poids, d'au moins 70 % mais n'excédant pas 85 %;
 - c) être mis en forme ou susceptibles de l'être.
- 4.- Le présent Chapitre ne comprend pas :
 - a) les produits obtenus à partir de lactosérum et contenant en poids plus de 95 % de lactose, exprimés en lactose anhydre calculé sur matière sèche (n° 17.02);
 - b) les albumines (y compris les concentrats de plusieurs protéines de lactosérum, contenant, en poids calculé sur matière sèche, plus de 80 % de protéines de lactosérum) (n° 35.02) ainsi que les globulines (n° 35.04).

Notes de sous-positions.

- 1.- Aux fins du n° 0404.10, le lactosérum modifié s'entend des produits consistant en constituants du lactosérum, c'est-à-dire du lactosérum dont on a éliminé totalement ou partiellement le lactose, les protéines ou les sels minéraux, ou auquel on a ajouté des constituants naturels du lactosérum, ainsi que des produits obtenus en mélangeant des constituants naturels du lactosérum.
- 2.- Aux fins du n° 0405.10, le terme *beurre* ne couvre pas le beurre déshydraté et le ghee (n° 0405.90).

NTS UEMOA	Désignation des marchandises	US	Droits et taxes				Observations
			DD	RS	PCS	TVA	
04.01	Lait et crème de lait, non concentrés ni additionnés de sucre ou d'autres édulcorants.						
0401.10.00.00	- D'une teneur en poids de matières grasses n'excédant pas 1%	kg	20	1	1		
0401.20.00.00	- D'une teneur en poids de matières grasses excédant 1% mais n'excédant pas 6%	kg	20	1	1		
0401.30.00.00	- D'une teneur en poids de matières grasses excédant 6%	kg	20	1	1		

Section I
Chapitre 4

NTS UEMOA	Désignation des marchandises	US	Droits et taxes				Observations
			DD	RS	PCS	TVA	
04.02	Lait et crème de lait, concentrés ou additionnés de sucre ou d'autres édulcorants.						
	- En poudre, en granulés ou sous d'autres formes solides, d'une teneur en poids de matières grasses n'excédant pas 1,5% :						
0402.10.10.00	-- Conditionné en emballages de 25 Kg et plus	kg	5	1	1		
	-- Conditionné en emballages de moins de 25 Kg :						
0402.10.21.00	--- Dont la vente est réservée exclusivement aux pharmaciens	kg	5	1	1		
0402.10.29.00	--- Autres	kg	5	1	1		
	- En poudre, en granulés ou sous d'autres formes solides, d'une teneur en poids de matières grasses excédant 1,5% :						
	-- Sans addition de sucre ou d'autres édulcorants :						
0402.21.10.00	--- Conditionné en emballages de 25 Kg et plus	kg	5	1	1		
	--- Conditionné en emballages de moins de 25 Kg :						
0402.21.21.00	---- Dont la vente est réservée exclusivement aux pharmaciens	kg	5	1	1		
0402.21.29.00	---- Autres	kg	5	1	1		
	-- Autres :						
0402.29.10.00	--- Conditionné en emballages de 25 kg et plus	kg	5	1	1		
	--- Conditionné en emballages de moins de 25 kg :						
0402.29.21.00	---- Dont la vente est réservée exclusivement aux pharmaciens	kg	5	1	1		
0402.29.29.00	---- Autres	kg	5	1	1		
	- Autres :						
0402.91.00.00	-- Sans addition de sucre ou d'autres édulcorants	kg	20	1	1		
0402.99.00.00	-- Autres	kg	20	1	1		
04.03	Babeurre, lait et crème caillés, yoghourt, képhir et autres laits et crèmes fermentés ou acidifiés, même concentrés ou additionnés de sucre ou d'autres édulcorants ou aromatisés ou additionnés de fruits ou de cacao.						
	- Yoghourt :						
0403.10.10.00	-- Nature	kg	20	1	1		
0403.10.20.00	-- Additionné de fruits	kg	20	1	1		
0403.10.30.00	-- Additionné de cacao	kg	20	1	1		
0403.10.90.00	-- Autres Yoghourt	kg	20	1	1		
	- Autres						
0403.90.00.10	-- Babeurre	kg	5	1	1		
0403.90.00.90	-- Autres	kg	20	1	1		

NTS UEMOA	Désignation des marchandises	US	Droits et taxes				Observations
			DD	RS	PCS	TVA	
04.04	Lactosérum, même concentré ou additionné de sucre ou d'autres édulcorants; produits consistant en composants naturels du lait, même additionnés de sucre ou d'autres édulcorants, non dénommés ni compris ailleurs.						
0404.10.00.00	- Lactosérum, modifié ou non, même concentré ou additionné de sucre ou d'autres édulcorants	kg	5	1	1		
0404.90.00.00	- Autres	kg	20	1	1		
04.05	Beurre et autres matières grasses provenant du lait ; pâtes à tartiner laitières.						
0405.10.00.00	- Beurre	kg	20	1	1		
0405.20.00.00	- Pâtes à tartiner laitières	kg	20	1	1		
	- Autres						
0405.90.00.10	-- Huiles de beurre et matières grasses de base	kg	5	1	1		
0405.90.00.90	-- Autres.	kg	20	1	1		
04.06	Fromages et caillebotte.						
0406.10.00.00	- Fromages frais (non affinés), y compris le fromage de lactosérum, et caillebotte	kg	20	1	1		
0406.20.00.00	- Fromages râpés ou en poudre, de tous types	kg	20	1	1		
0406.30.00.00	- Fromages fondus, autres que râpés ou en poudre	kg	20	1	1		
0406.40.00.00	- Fromages à pâte persillée	kg	20	1	1		
0406.90.00.00	- Autres fromages	kg	20	1	1		
04.07	Oeufs d'oiseaux, en coquilles, frais, conservés ou cuits.						
0407.00.00.10	- Oeufs à couvrir	kg	5	1	1		
0407.00.00.90	- Autres	kg	20	1	1		
04.08	Oeufs d'oiseaux, dépourvus de leurs coquilles, et jaunes d'oeufs, frais, séchés, cuits à l'eau ou à la vapeur, moulés, congelés ou autrement conservés, même additionnés de sucre ou d'autres édulcorants.						
	- Jaunes d'oeufs :						
0408.11.00.00	-- Séchés	kg	20	1	1		
0408.19.00.00	-- Autres	kg	20	1	1		
	- Autres :						
0408.91.00.00	-- Séchés	kg	20	1	1		
0408.99.00.00	-- Autres	kg	20	1	1		

NTS UEMOA	Désignation des marchandises	US	Droits et taxes				Observations
			DD	RS	PCS	TVA	
0409.00.00.00	Miel naturel.	kg	20	1	1		
0410.00.00.00	Produits comestibles d'origine animale non dénommés ni compris ailleurs.	kg	20	1	1		

C Décret du gouvernement supprimant la TVA

Suite à la hausse des prix constatée sur un certain nombre de denrées de première nécessité, le gouvernement de la République du Mali a, au cours des réunions interministérielles fait l'état des lieux des prix des produits de première nécessité, notamment le riz, le lait en poudre, la farine de froment, l'huile, le maïs, le mil et le sorgho.

L'analyse des prix et des stocks des produits sus-cités a permis de distinguer deux situations différentes :

La première situation concerne les denrées pour lesquelles les stocks couvrent les besoins de consommation nationale. Il s'agit du sucre, du riz, des céréales sèches (mil, maïs, sorgho) et la farine de froment.

- Pour le sucre, à la date du 26 juin les stocks disponibles permettent de couvrir le besoin de consommation nationale. Les prix n'ont pas augmenté et ont connu de légères baisses par endroits.
- Pour le riz, il a été constaté l'existence de stocks importants auprès de grossistes (plus de 30 000 tonnes).

Le Commissariat à la sécurité alimentaire dispose également de quantités suffisantes pouvant être mises sur le marché en cas de hausse de prix.

- Pour le mil, maïs, sorgho : la production nationale au cours de la campagne 2006/2007 s'élève à 3 693 240 tonnes. Cette production rapportée aux besoins nationaux couvre 133,28 %.
- Pour la farine de froment : les stocks existants couvrent les besoins notamment au niveau de l'usine de farine.

La seconde situation analysée par le gouvernement concerne les denrées pour lesquelles l'offre est insuffisante. Il s'agit du lait en poudre, de l'huile et de la viande.

- Pour le lait en poudre, le niveau a effectivement baissé et le prix a augmenté dans certaines localités. Cette situation s'explique par l'insuffisance de l'offre de lait sur le marché mondial, liée à la sécheresse en Australie et en Nouvelle Zélande, à des politiques de restriction des exportations de certains grands pays producteurs (Europe, Argentine, Inde) ainsi qu'à l'accroissement de la demande chinoise.

- En ce qui concerne l'huile, les stocks ont également baissé et les hausses de prix ont été constatées au niveau de certains marchés avec une pointe de 800 F le litre.

Cependant dans la majeure partie des localités, les prix sont ceux de la période de l'année dernière (600 à 650 F/l). Une des raisons qui expliquent cette situation est l'insuffisance de graine de coton par rapport aux besoins des huileries nationales.

En ce qui concerne la viande, une hausse du prix est constatée sur les marchés notamment à Bamako et environs. Cette hausse s'explique en grande partie par l'insuffisance de bétail dans la ceinture urbaine de Bamako liée au manque d'aliment pour bétail (tourteaux) et de pâturages.

Pour corriger les cas d'insuffisance d'offre et de hausse de prix et pour permettre aux consommateurs maliens de disposer des denrées aux prix les plus abordables, le gouvernement de la République du Mali a pris les mesures suivantes :

- 1- l'exonération de la TVA sur les importations de lait en poudre en vrac et d'huile alimentaire en vrac, pendant 2 mois (juillet-août 2007). Cette exonération est assortie de la fixation d'un prix consensuel ;
- 2- l'adoption d'un arrêté interministériel pour suspendre l'exportation pendant 2 mois (juillet-août 2007) de denrées alimentaires (riz, céréales sèches, lait, sucre, huile alimentaire, farine de froment) ;
- 3- l'octroi par l'État de subvention pour l'achat et l'abattage du bétail et l'institution d'autorisation préalable à l'exportation du bétail.